**VIŠJA STROKOVNA ŠOLA ACADEMIA,
MARIBOR**

# DIPLOMSKO DELO

# Z RAZISKAVO TRGA IN S POSLOVNIM NAČRTOM PODJETJA »NAIL STUDIO D. O. O.« OD IDEJE DO PRILOŽNOSTI

Kandidatka: Judita Beker

Študentka izrednega študija

Številka indeksa: 11190260068

Program: ekonomist

Mentor: Franjo Šauperl, univ. dipl. ekon.

Maribor, september 2011

# IZJAVA O AVTORSTVU DIPLOMSKEGA DELA

Podpisana Judita Beker, št. indeksa 11190260068, sem avtorica diplomskega dela z naslovom

**Z raziskavo trga in s poslovnim načrtom podjetja »NAIL STUDIO D. O. O.« od ideje do priložnosti,**

ki sem ga napisala pod mentorstvom
gospoda Franja Šauperla, univ. dipl. ekon.

S svojim podpisom zagotavljam, da:

- je predložena diplomska naloga izključno rezultat mojega dela;
- sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev, ki jih uporabljam v svoji predloženi nalogi, navedena oziroma citirana skladno s pravili Višje strokovne šole Academia;
- se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del oziroma 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, Podpis študenta:

# ZAHVALA

Iskreno se zahvaljujem mentorju Franju Šauperlu, univ. dipl. ekon., za vso potrpežljivost, pomoč in nasvete ob nastajanju te diplomske naloge.

Prav tako se zahvaljujem vsem predavateljem in profesorjem ter celotnemu kolektivu Višje strokovne šole ACADEMIA, še posebej ravnateljici Mirjani Ivanuši Bezjak, ki so se trudili, da je študij potekal na visoki ravni.

Za lektoriranje se zahvaljujem Špeli Novak.

Zahvaljujem se tudi svojim sošolkam in sošolcem za podporo in čudovit čas, ki smo ga preživeli skupaj.

Zahvaljujem se predvsem svojemu možu in celotni družini, ki ni nikoli obupala nad mano in me je od prvega trenutka spodbujala, da sem dosegla zadani cilj.

# POVZETEK

V diplomskem delu se ukvarjamo s poslovno zamislijo o ustanovitvi start up podjetja, ki bi se ukvarjalo z podaljševanjem nohtov z geli.

Diplomsko delo je nadgradnja izpitnega izdelka poslovnega načrta pri predmetu Podjetništvo. Dodan je teoretičen del o pomenu podjetništva, iskanju in presojanju poslovnih priložnosti ter pomenu poslovnega načrta za start up podjetje. V nadaljevanju je opravljena raziskava in analiza trga na osnovi analize ankete. Namen ankete je bil predvsem oceniti naše tržne možnosti, spoznati želje in potrebe žensk in doseči večjo prepoznavnost znamke gelov Catherine na tržišču.

Svojo poslovno idejo smo preverili tako, da smo sestavili poslovni načrt za še nedelujoče podjetje Nail studio d.o.o. in v njem preučili vse, tako pozitivne kot negativne vplive na poslovanje.

Na podlagi analize ankete in poslovnega načrta smo prišli do zaključka, da je ideja o podjetju, ki bi se ukvarjalo s tovrstno storitvijo, izvedljiva.

**Ključne besede**: podjetništvo, poslovna priložnost, poslovni procesi, poslovni načrt, finančni načrt, poslovna uspešnost.

# ZUSAMMENFASSUNG

WITH THE MARKET RESEARCH AND BUSINESS PLAN OF THE COMPANY »NAIL STUDIO D. O. O.« FROM THE IDEA TO THE OPPORTUNITY

In der Diplomarbeit befassen wir uns mit der Geschäftsidee über die Gründung Start Up des Unternehmens, das sich mit der Nägelverlängerung mit Gelen beschäftigen würde.

Die Diplomarbeit ist ein Aufbau der Prüfungsabteilung des Geschäftsplans beim Fach Unternehmertum. Hinzugefügt wurde der theoretische Teil über die Bedeutung des Unternehmertums, die Suche und Beurteilung von Geschäftsgelegenheiten sowie die Bedeutung des Geschäftsplans für den Start Up des Unternehmens. Im Weiteren wurde eine Marktforschung und –analyse auf der Grundlage der Umfragenanalyse durchgeführt. Der Zweck der Analyse war vor allem die Beurteilung unserer Marktgelegenheit, die Wünsche und Bedürfnisse der Frauen kennenzulernen und eine größere Erkenntlichkeit der Marke der Gele Catherine auf dem Markt zu erzielen. .

Unsere Geschäftsidee haben wir so überprüft, dass wir einen Geschäftsplan für das noch untätige Unternehmen Nail Studio GmbH zusammengestellt haben und alle Einflüsse auf die Geschäftstätigkeit, sowohl positive wie auch negative, in ihm untersucht haben.

Auf der Grundlage der Analyse der Umfrage und des Geschäftsplans kamen wir zum Schluss, dass die Idee über ein Unternehmen, das sich mit einer derartigen Dienstleistung beschäftigen würde, durchführbar ist.

**Schlüsselwörter**: Unternehmertum, Geschäftsgelegenheit, Geschäftsprozesse, Geschäftsplan, Finanzplan, Geschäftserfolg.

# KAZALO VSEBINE


1 UVOD ..... 11
1.1 Opredelitev obravnavane teme ..... 11
1.2 Namen, cilji in osnovne trditve ..... 11
1.3 Predpostavke in omejitve ..... 12
1.4 Uporabljene metode raziskovanja ..... 12
2 PODJETNIŠTVO IN POSLOVNO NAČTOVANJE ..... 13
2.1 Pojem in definicija podjetništva ..... 13
2.2 Iskanje in presojanje poslovnih priložnosti ..... 13
2.3 Pomen in vsebina poslovnega načrta za start up podjetje ..... 14
3 RAZISKAVA IN ANALIZA TRGA ..... 15
3.1 Opredelitev problema za raziskavo ..... 15
3.2 Priprava raziskave ..... 15
3.3 Načrt izvedbe raziskave ..... 15
3.4 Analiza anket ..... 16
4 POSLOVNI NAČRT ..... 31
4.1 Uvod, predstavitev poslovne ideje in dejavnosti ter cilji podjetja ..... 31
4.1.1 Kratkoročni cilji ..... 32
4.1.2 Dolgoročni cilji ..... 32
4.2 Poslanstvo in strategija podjetja ..... 32
4.2.1 Poslanstvo podjetja ..... 33
4.2.2 Strategija podjetja ..... 33
4.3 Panoga, organizacijska oblika in ponudba ..... 33
4.3.1 Panoga ..... 33
4.3.2 Makroorganizacija podjetja ..... 33
4.3.3 Mikroorganizacija podjetja ..... 33
4.3.4 Predmet ponudbe ..... 34
4.4 TRŽIŠČE ..... 34

4.4.1 Analiza trga ..... 34
4.4.2 Konkurenca ..... 35
4.4.3 SWOT analiza ..... 35
4.4.4 Načrt tržnih ciljev in strategij ..... 36
4.4.5 Cenovna politika in politika konkurenčnosti ..... 36
4.4.6 Tržne strategije ..... 37
4.5 Podjetniška kalkulacija izbranega konkurenta ..... 39
4.6 Načrtovanje prodaje ..... 39
4.6.1 Osnove za napoved prodaje ..... 39
4.6.2 Napoved prodaje ..... 40
4.6.3 Pogoji prodaje ..... 40
4.7 Načrt nabave, reklame in drugih tržnih dejavnikov ..... 41
4.7.1 Osnove za napoved nabave in pogoji nabave ..... 41
4.7.2 Predmet in pogoji nabave ..... 41
4.7.3 Načrt nabave in promocije ..... 42
4.7.4 Drugi vplivni tržni dejavniki ..... 42
4.8 Načrt človeških virov in stroškov dela ..... 43
4.8.1 Načrt človeških virov ..... 43
4.8.2 Načrt stroškov dela ..... 43
4.8.3 Računovodski in drugi kadrovsko-poslovni posli ..... 44
4.9 Načrt pogojev dela ..... 44
4.9.1 ..... 44
4.9.2 Manjkajoča znanja ..... 44
4.9.3 Poslovni prostor ..... 44
4.9.4 ..... 44
4.9.5 Načrt opreme ..... 44
4.9.6 Načrt vlaganj v naložbe ..... 45
4.9.7 Načrt virov za naložbe ..... 45
4.10 Načrtovane konkurenčne prednosti ..... 46

4.11 Kritična tveganja in problemi ter protiukrepi ..... 46
4.11.1 Kritična tveganja in problemi ..... 47
4.11.2 Ukrepi za premagovanje kritičnih tveganj in problemov ..... 47
4.12 Terminski plan ..... 47
4.13 Finančni načrt ..... 47
4.13.1 Uporabljene predpostavke in izhodišča ..... 47
4.13.2 Načrt stroškov poslovanja (računalniška tabela številka 1 v prilogi) 48
4.13.3 Načrt poslovnega izida (računalniška tabela številka 2 v prilogi) ... 48
4.13.4 Načrt kazalcev poslovanja (računalniška tabela številka 3 v prilogi) 48
4.13.5 Načrt izkaza denarnega toka (računalniška tabela številka 4 v prilogi) 49
4.13.6 Načrt praga donosnosti (računalniška tabela številka 5 v prilogi) ... 49
4.13.7 Načrt izkaza stanja (računalniška tabela številka 6 v prilogi) ..... 49
4.13.8 Komentar k finančnemu načrtu ..... 49
5 SKLEPNE MISLI K DIPLOMSKEMU DELU ..... 50
6 UPORABLJENA LITERATURA IN VIRI ..... 51
6.1 Literatura ..... 51
6.2 Viri ..... 52
7 PRILOGE ..... 52
7.1 Anketni vprašalnik ..... 52
7.2 Finančne tabele ..... 56

# KAZALO TABEL

Tabela 1: Starost anketirank ..... 16
Tabela 2: Izobrazba anketirank ..... 17
Tabela 3: Poklicni status anketirank ..... 18
Tabela 4: Dohodek anketirank ..... 19
Tabela 5: Urejenost nohtov anketirank ..... 20
Tabela 6: Samozavest anketirank ..... 21
Tabela 7: Barve gelov ..... 22
Tabela 8: Oblika nohtov ..... 23
Tabela 9: Poslikave nohtov ..... 24
Tabela 10: Ponudba na tržišču ..... 25
Tabela 11: Prepoznavnost znamke gelov Catherine ..... 26
Tabela 12: Razpored naročanja ..... 27
Tabela 13: Cena storitve ..... 29
Tabela 14: Cena - kakovost ..... 29
Tabela 15: SWOT analiza ..... 36
Tabela 16: Tržni delež ..... 36
Tabela 17: Kalkulacija izbranega reprezentanta ..... 39
Tabela 18: Količinska napoved prodaje ..... 40
Tabela 19: Vrednostna napoved prodaje ..... 41
Tabela 20: Predmet in pogoji nabave ..... 42
Tabela 21: Načrt človeških virov ..... 43
Tabela 22: Načrt stroškov dela ..... 44
Tabela 23: Načrt opreme ..... 45
Tabela 24: Načrt vlaganj v naložbe ..... 45
Tabela 25: Načrt virov za naložbe ..... 45
Tabela 26: Terminski plan ..... 47
Tabela 27: Načrt stroškov v prvem letu poslovanja ..... 48

# KAZALO GRAFOV

Graf 1: Starost anketirank ..... 17
Graf 2: Izobrazba anketirank ..... 18
Graf 3: Poklicni status anketirank ..... 19
Graf 4: Dohodek anketirank ..... 20
Graf 5: Urejenost nohtov anketirank ..... 21
Graf 6: Samozavest anketirank ..... 22
Graf 7: Barve gelov ..... 23
Graf 8: Oblika nohtov ..... 24
Graf 9: Poslikave nohtov ..... 25
Graf 10: Ponudba na tržišču ..... 26
Graf 11: Prepoznavnost znamke gelov Catherine ..... 27
Graf 12: Razpored naročanja ..... 28
Graf 13: Cena storitve ..... 29
Graf 14: Cena - kakovost ..... 30

# KAZALO SLIK

Slika 1: Z gelom podaljšani nohti ..... 34

# 1 UVOD

## *1.1 Opredelitev obravnavane teme*

V diplomski nalogi predstavljamo poslovni načrt in prihodnost podjetja NAIL STUDIO d.o.o., raziskavo trga in ugotovitev, da je naša poslovna ideja tudi podjetniška priložnost.

Nega rok in nohtov je zelo pomembna. Urejeni nohti naredijo žensko elegantno, predvsem pa bolj samozavestno. Podaljševanje nohtov je na tržišču aktualno že kar nekaj časa, vendar povpraševanje še vedno narašča. Glavna dejavnost podjetja je torej podaljševanje nohtov z različnimi tehnikami in poslikavami. Nohti se izdelujejo z brezbarvnim gelom. Lahko se podaljšajo s pomočjo šablone, v primeru, da so nohti pogrizeni in zelo kratki, pa se posteljico podaljša tako, da konico prilepimo. Stranke se lahko odločijo za izdelavo francoske manikire (bele konice) ali pa izberejo barvo iz pestre palete najrazličnejših barv gelov. Korekturo je potrebno izvajati približno po štirih tednih. Vsi geli so brez kislin in so nenevarni naravnim nohtom.

## *1.2 Namen, cilji in osnovne trditve*

**Namen** diplomskega dela je bil opraviti raziskavo trga in pripraviti poslovni načrt ter na podlagi raziskave in analize trga ugotoviti želje, potrebe in pričakovanja odjemalcev storitve. V diplomskem delu smo želeli svojo poslovno idejo spremeniti v poslovno priložnost na podlagi lastnih izkušenj in na osnovi znanja, pridobljenega skozi študij na Višji strokovni šoli Academia Maribor.

**Cilji** diplomskega dela so:

- na osnovi anketnega vprašalnika pridobiti informacije o željah in potrebah strank ter opredeliti, katero področje Slovenije lahko pokrivamo s svojo storitvijo;
- z analizo ugotoviti prednosti in slabosti ter priložnosti in ovire za delovanje podjetja;
- ugotoviti tveganja in določiti ukrepe za njihovo preprečevanje;

- določiti obseg poslovanja in pogoje poslovanja;
- prikazati rezultate poslovanja s poslovnim načrtom za obdobje štirih let;
- ugotoviti, ali poslovni načrt predstavlja finančni uspeh.

**Osnovne trditve** diplomskega dela:

- večina strank je s kvaliteto storitve zadovoljna;
- ženske so rade lepo urejene in večini se cena storitve zdi primerna;
- povpraševanje po storitvi v Sloveniji narašča iz leta v leto;
- podjetje Nail studio d.o.o. bo že na začetku poslovno uspešno.

Osnovne trditve izhajajo iz opravljene raziskave in analize trga, poslovnega načrtovanja in ugotavljanja pričakovane poslovne uspešnosti podjetja.

## *1.3 Predpostavke in omejitve*

Glede na to, da je povpraševanje po tovrstni storitvi veliko, da je podjetje na dobri lokaciji in storitev ponujena po konkurenčni ceni, smo predpostavljali, da bo podjetje poslovno uspešno.

Omejitve smo videli predvsem pri pojavu novih konkurenčnih podjetij ali nepričakovanem dvigu nabavnih cen materialov.

## *1.4 Uporabljene metode raziskovanja*

Raziskavo smo izvedli s pomočjo anketiranja. Anketa je bila anonimna. Anketni vprašalnik je izpolnila določena ciljna skupina strank. Zbrane podatke smo analizirali in obdelali ter jih grafično prikazali v diplomski nalogi. Zraven rezultatov anketiranja smo predstavili tudi SWOT analizo.

# 2 PODJETNIŠTVO IN POSLOVNO NAČTOVANJE

## *2.1 Pojem in definicija podjetništva*

Opredelitev, kaj je podjetništvo, je veliko. Antončič opredeljuje podjetništvo kot dinamičen proces ustvarjanja bogastva, ki se povečuje. Bogastvo ustvarjajo posamezniki, ki prevzemajo velika tveganja glede lastniškega kapitala, časa in/ali obveznosti, glede kariere ali dajo vrednost izdelku oziroma storitvi. Izdelek ali storitev morda nista nova ali edinstvena, toda podjetnik jima mora na neki način prinesti vrednost s prejemanjem in najdbo potrebnih veščin in virov (Antončič, 2002, 29).

Po Vidicu je podjetništvo proces ustvarjanja splošnih dobrin, ki jih ustvarjajo posamezniki, ustvarja novo dodano vrednost proizvodu ali storitvi, ki je predmet menjave na trgu. Podjetništvo je proces ustvarjanja in oblikovanja priložnosti v prizadevanje za vzpostavitev kontrole nad obstoječimi ter razpoložljivimi viri (Vidic, 1997, 29). Podjetništvo je proces, ki mu podjetniki namenjajo svoj čas in prizadevanja, prevzemajo pripadajoča finančna, psihična in družbena tveganja za ustvarjanje nečesa novega, vrednega in prejmejo pripadajoče nagrade v obliki denarja, osebnega zadovoljstva in neodvisnosti (Antončič, 2002, 30).

## *2.2 Iskanje in presojanje poslovnih priložnosti*

Najtežja naloga je opredelitev priložnosti in njeno ovrednotenje. Večina dobrih poslovnih priložnosti se ne pojavi kar nenadoma, temveč so posledica podjetnikove pozornosti na priložnosti ali v nekaterih primerih rezultat vzpostavljenih mehanizmov za opredeljevanje potencialnih priložnosti. Ne glede na to, ali je podjetnik opredelil priložnost v pogovoru s potrošniki, poslovnimi partnerji, člani distribucijskih poti ali tehniki, mora vsako priložnost pazljivo preveriti in ovrednotiti.

Ovrednotenje priložnosti je verjetno ključni del podjetniškega procesa, saj podjetnik v njem oceni, ali bo določeni izdelek ali storitev prinašala dobičke glede na potrebna sredstva.

Priložnost mora ustrezati osebnim sposobnostim in ciljem podjetnika. Še posebno je pomembno, da ima podjetnik dovolj časa in vloži dovolj truda v podjetje. Podjetnik mora tako močno verjeti v priložnost, da vloži trud, potreben za razvoj in vodenje organizacije.
Analiza priložnosti, ki jo pogosto imenujemo tudi načrt ovrednotenja priložnosti, ni poslovni načrt. V primerjavi z poslovnim načrtom je krajša, osredotočena je na priložnost in ne na celotno podjetje ter daje temelje za odločitev, ali priložnost izkoristiti ali ne (Antončič, 2002, 55−56).

## *2.3 Pomen in vsebina poslovnega načrta za start up podjetje*

Poslovni načrt je pisni dokument, ki ga pripravi podjetnik in ki vsebuje vse pomembne zunanje in notranje elemente, vpletene v začetek novega posla. Pogosto gre za skupek delovnih načrtov, kot so trženje, finance, proizvodnja in kadri. Loteva se tako kratkoročnih kot dolgoročnih odločitev za prva tri leta dejavnosti. S tem poslovni načrt – ali, kot mu včasih pravijo, pravila igre ali cestna karta – odgovarja na vprašanja: kje sem zdaj, kam grem, kako bom tja prišel (Antončič, 2002, 186).
Poslovni načrt je dragocen tako za podjetnika kot za možne vlagatelje, lahko pa služi tudi kot predstavitev za novo osebje, ki se poskuša seznaniti s poslom, njegovimi namerami in cilji. Poslovni načrt je za te ljudi pomemben, ker:

- pomaga določiti donosnost posla na določenem trgu,
- podjetniku daje smernice pri organiziranju njegovih planskih dejavnosti,
- je pomembno orodje, ki pomaga pri pridobivanju financ.

Možni vlagatelji so zelo natančni pri določanju tega, kaj mora biti vključeno v poslovni načrt. Tudi če katera izmed informacij temelji na predvidevanjih, je miselni proces, ki ga zahteva dovršitev načrta, podjetniku dragocena izkušnja, saj ga prisili, da oceni takšne stvari, kot so denarni tok in denarne potrebe. Poleg tega pa popelje podjetnika v prihodnost, od koder premisli o pomembnih stvareh, ki bi lahko ovirale pot do uspeha.
Ta proces prav tako pripelje do podjetnikove samoocenitve. Navadno je podjetnik prepričan, da je njegovemu novemu poslu uspeh zagotovljen. Lahko pa se celo pripeti, da podjetnik že tedaj, ko je priprava poslovnega načrta končana, ugotovi, da se oviram le ne bo mogel izogniti ali jih premagati. V tem primeru se posel lahko konča že, ko je še na papirju. Čeprav to zagotovo ni najbolj zaželeni konec, je vsekakor veliko bolje, da odneha, preden v nov posel vloži še več časa in denarja (Antončič, 2002, 189).

# 3 RAZISKAVA IN ANALIZA TRGA

## *3.1 Opredelitev problema za raziskavo*

V odnosu z ljudmi in v bližnjem stiku najprej opazimo, pogledamo in smo morda tudi nehote pozorni na dvoje. Najprej smo pozorni na obraz, predvsem oči, kamor moramo že po pravilih bontona pogledati svojega sogovornika. Tisto drugo, kar z lahkoto opazimo, pa so roke in s tem nohti našega sogovornika.
Vsaka ženska bi morala dati toliko nase, da bi kritično presodila, kaj lahko stori za svojo lepšo zunanjost. Ženska negovana roka naj bi odkrivala njeno osebno urejenost. To pa je včasih težko doseči. Mnogim se nohti cepijo, nekaterim celo lomijo ali pa si jih grizejo. Raziskava trga nam pokaže, da se za podaljševanje nohtov z geli odloča vedno več žensk vseh starosti, ki želijo biti lepo urejene. Z raziskavo smo želeli pridobiti čim več koristnih informacij, ki nam bodo pomagale za lažji prodor na trg.

## *3.2 Priprava raziskave*

Raziskava trga predstavlja podlago za kasnejše aktivnosti na trgu, ponuja izkoristek poslovnih priložnosti ter zmanjšuje tveganja.
Odločili smo se za primarno zbiranje podatkov s pomočjo anketnega vprašalnika, s katerim smo želeli pridobiti ključne informacije. Anketa je bistvenega pomena za naše prihodnje odločitve. Anketiranke so naključne ženske, ki bi lahko bile naše potencialne stranke. Anketo smo pripravili premišljeno, da bi pridobili resnično uporabne informacije o potrebah in željah potencialnih strank.

## *3.3 Načrt izvedbe raziskave*

Pripravljen anketni vprašalnik zajema 14 vprašanj zaprtega tipa, kjer so lahko anketiranke izbirale med vnaprej določenimi možnimi odgovori. Anketirali smo 70 naključno izbranih žensk. Anketo smo izvedli osebno in po elektronski pošti.
Zbrane podatke smo analizirali in grafično prikazali v diplomskem delu.

## *3.4 Analiza anket*

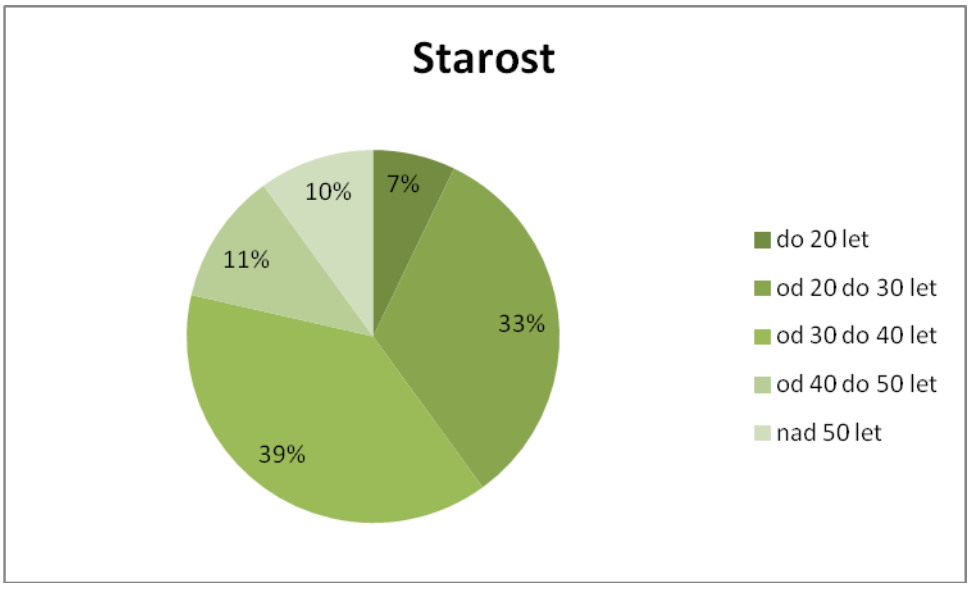
1. **Starost**

   V anketi je sodelovalo sedemdeset žensk, največ anketirank je bilo starih od trideset do štirideset let (38,57 %). Sledijo ženske med dvajsetim in tridesetim letom (32,86 %), najmanjši delež predstavljajo ženske, stare do dvajset let (7,14 %).

| **Starost** | **Odgovori** | **Delež v odstotkih** |
|---|---|---|
| do 20 let | 5 | 7,14% |
| od 20 do 30 let | 23 | 32,86% |
| od 30 do 40 let | 27 | 38,57% |
| od 40 do 50 let | 8 | 11,43% |
| nad 50 let | 7 | 10 % |
| **Skupaj** | **70** | **100 %** |

Tabela 1: Starost anketirank

Vir: Podatki iz ankete




Graf 1: Starost anketirank

Vir: Podatki iz ankete

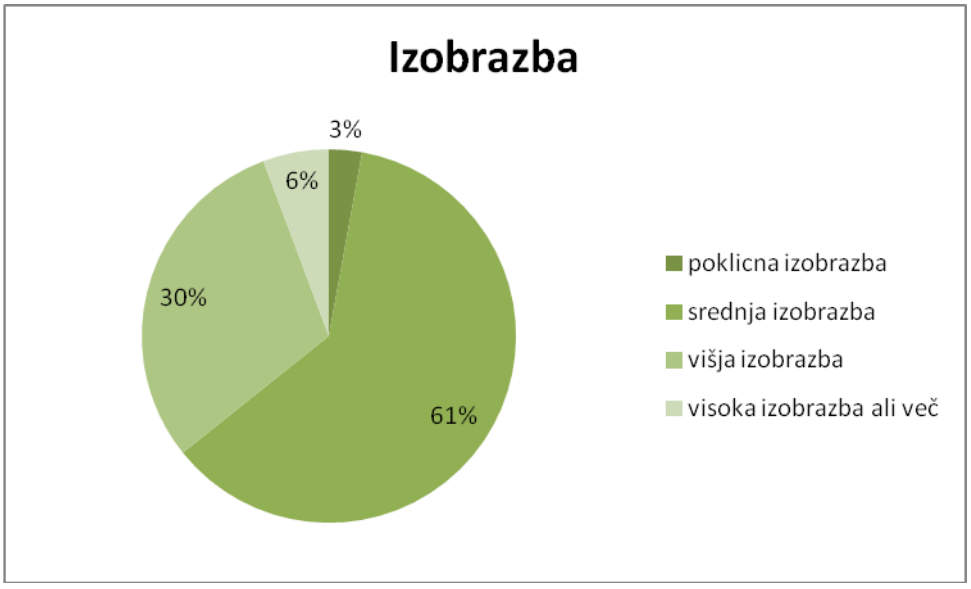
## 2. Izobrazba

Največ anketirank je imelo srednješolsko izobrazbo, sledijo ženske z višjo izobrazbo, najmanjši delež predstavljajo ženske s poklicno ali visokošolsko izobrazbo.

| **Izobrazba** | **Odgovori** | **Delež v odstotkih** |
|---|---|---|
| poklicna izobrazba | 2 | 2,86 % |
| srednja izobrazba | 43 | 61,43 % |
| višja izobrazba | 21 | 30 % |
| visoka izobrazba ali več | 4 | 5,71 % |
| **Skupaj** | **70** | **100 %** |

Tabela 2: Izobrazba anketirank

Vir: Podatki iz ankete




Graf 2: Izobrazba anketirank

Vir: Podatki iz ankete

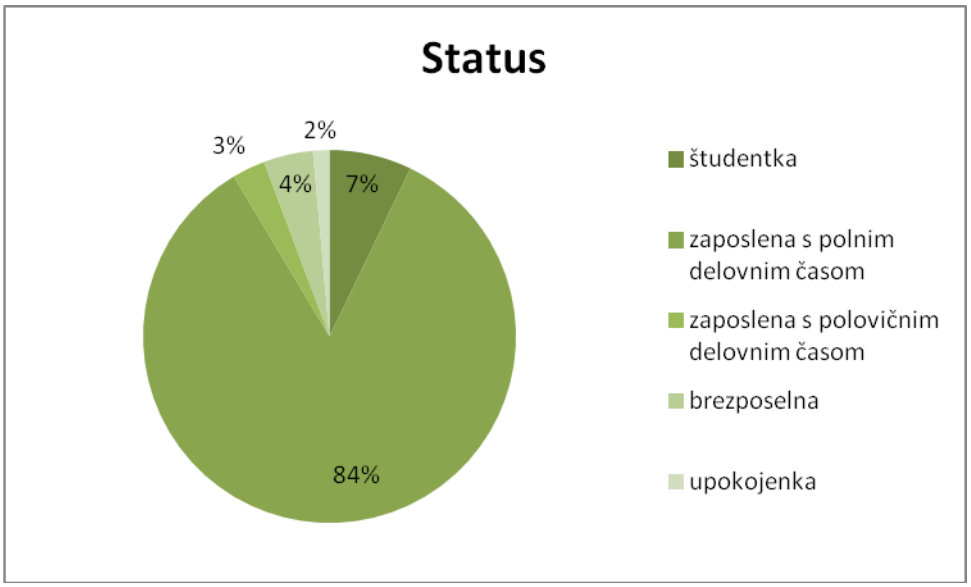
### 3. Poklicni status

Večina anketiranih žensk je zaposlena, in sicer s polnim delovnim časom (84,29 %). Brezposelne so bile tri anketirane, kar predstavlja 4,28 %, in le ena upokojena (1,43 %).

| Poklicni status | Odgovori | Delež v odstotkih |
|---|---|---|
| študentka | 5 | 7,14 % |
| zaposlena s polnim delovnim časom | 59 | 84,29 % |
| zaposlena s polovičnim delovnim časom | 2 | 2,86 % |
| brezposelna | 3 | 4,28 % |
| upokojenka | 1 | 1,43 % |
| **Skupaj** | **70** | **100 %** |

Tabela 3: Poklicni status anketirank

Vir: Podatki iz ankete




Graf 3: Poklicni status anketirank

Vir: Podatki iz ankete

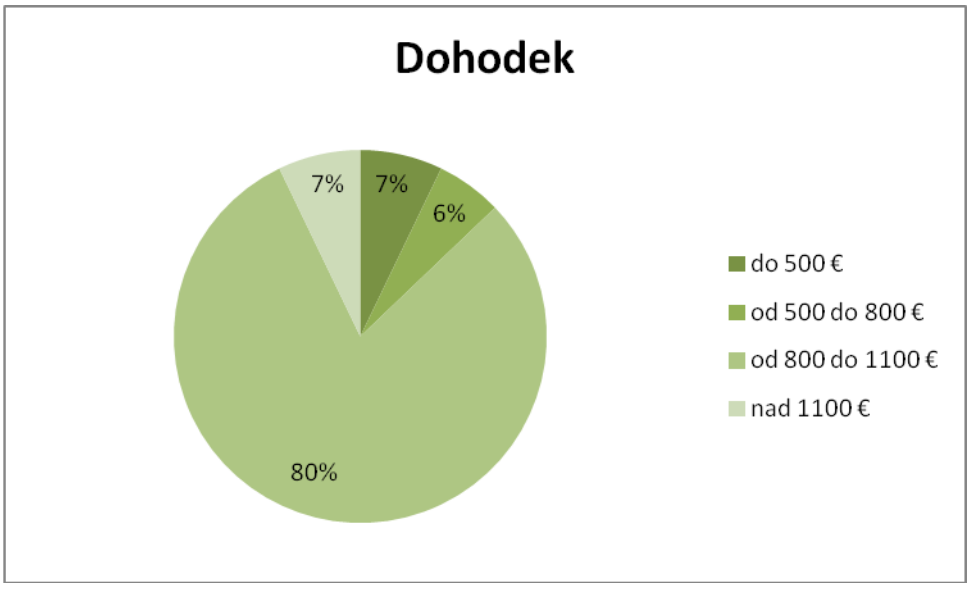
## 4. Dohodek

Kar 80 % anketiranih zasluži med 800 in 1100 € mesečno. Le pet anketirank (7,14 %) zasluži več kot 1.100 € mesečno.

| **Dohodek** | **Odgovori** | **Delež v odstotkih** |
|---|---|---|
| do 500 € | 5 | 7,14 % |
| od 500 do 800 € | 4 | 5,72 % |
| od 800 do 1100 € | 56 | 80 % |
| nad 1100 € | 5 | 7,14 % |
| **Skupaj** | **70** | **100 %** |

Tabela 4: Dohodek anketirank

Vir: Podatki iz ankete




Graf 4: Dohodek anketirank

Vir: Podatki iz ankete

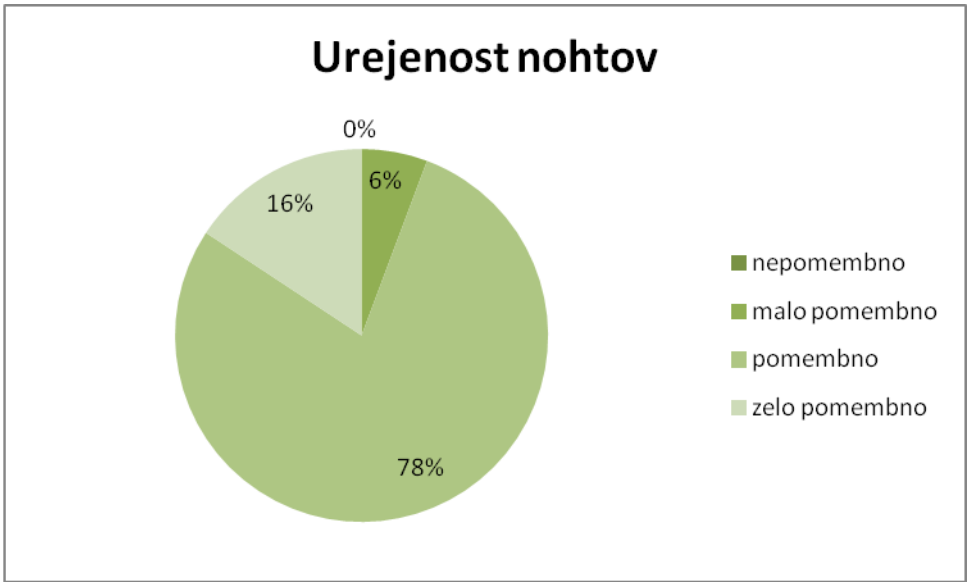
**5. Kako pomembno vam je imeti lepo urejene nohte?**

Pri vprašanju o pomembnosti lepo urejenih nohtov je kar 78,57 % anketirank odgovorilo, da je pomembno. Sledijo jim tiste, ki menijo, da je urejenost nohtov zelo pomembna, teh je 15,71 %. Nobena anketiranka pa se ne strinja, da urejeni nohti niso pomembni, kar je za nas razveseljujoč podatek.

| Vprašanje | Odgovori | Delež v odstotkih |
|---|---|---|
| nepomembno | 0 | 0 % |
| malo pomembno | 4 | 5,72 % |
| pomembno | 55 | 78,57 % |
| zelo pomembno | 11 | 15,71 % |
| **Skupaj** | **70** | **100 %** |

Tabela 5: Urejenost nohtov anketirank

Vir: Podatki iz ankete




Graf 5: Urejenost nohtov anketirank

Vir: Podatki iz ankete

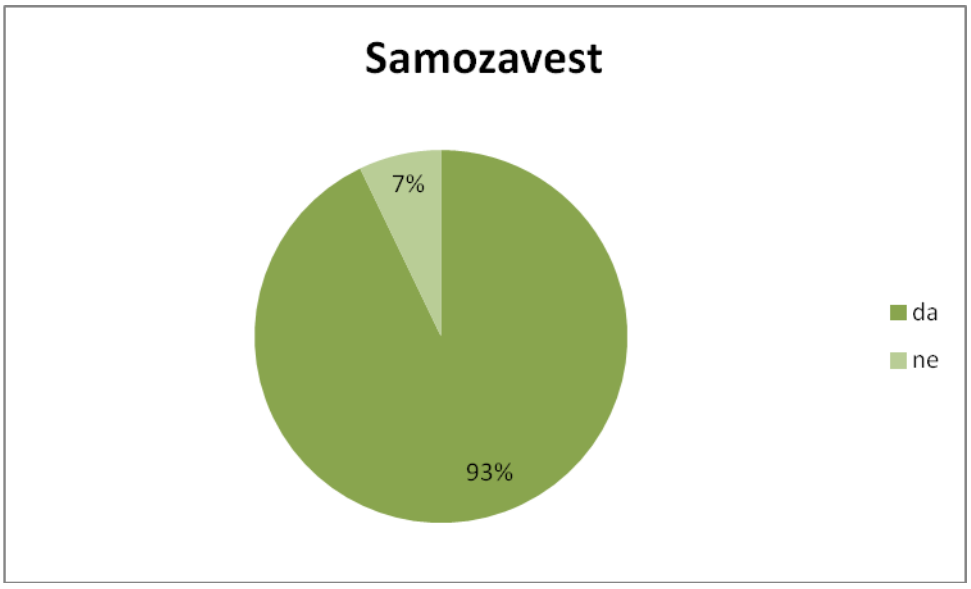
**6. Ali se vam zdi, da bi se vam zaradi lepo urejenih nohtov dvignila samozavest?**

Zanimiv je podatek, da 65 anketirank meni, da bi jim lahko zaradi lepo urejenih nohtov zrasla samozavest. Le-te predstavljajo kar 92,86 % vseh anketiranih.

| Vprašanje | Odgovori | Delež v odstotkih |
|---|---|---|
| da | 65 | 92,86 % |
| ne | 5 | 7,14 % |
| **Skupaj** | **70** | **100 %** |

Tabela 6: Samozavest anketirank

Vir: Podatki iz ankete




Graf 6: Samozavest anketirank

Vir: Podatki iz ankete

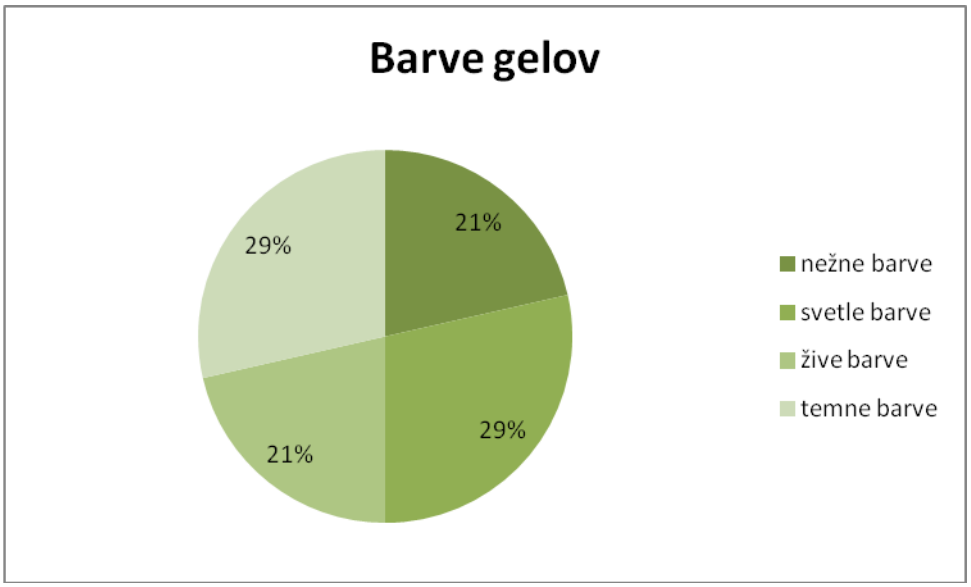
**7. Za kakšne barve gela bi se največkrat odločile?**

Pri vprašanju o barvah gelov, za katere bi se anketirane največkrat odločile, ni prihajalo do velikih odstopanj. 50 % anketirank bi izbralo nežne ali svetle barve, 50 % anketirank pa bi se odločilo za žive ali temne barve.

| Vprašanje | Odgovori | Delež v odstotkih |
|---|---|---|
| nežne barve | 15 | 21,43 % |
| svetle barve | 20 | 28,57 % |
| žive barve | 15 | 21,43 % |
| temne barve | 20 | 28,57 % |
| **Skupaj** | **70** | **100 %** |

Tabela 7: Barve gelov

Vir: Podatki iz ankete




Graf 7: Barve gelov

Vir: Podatki iz ankete

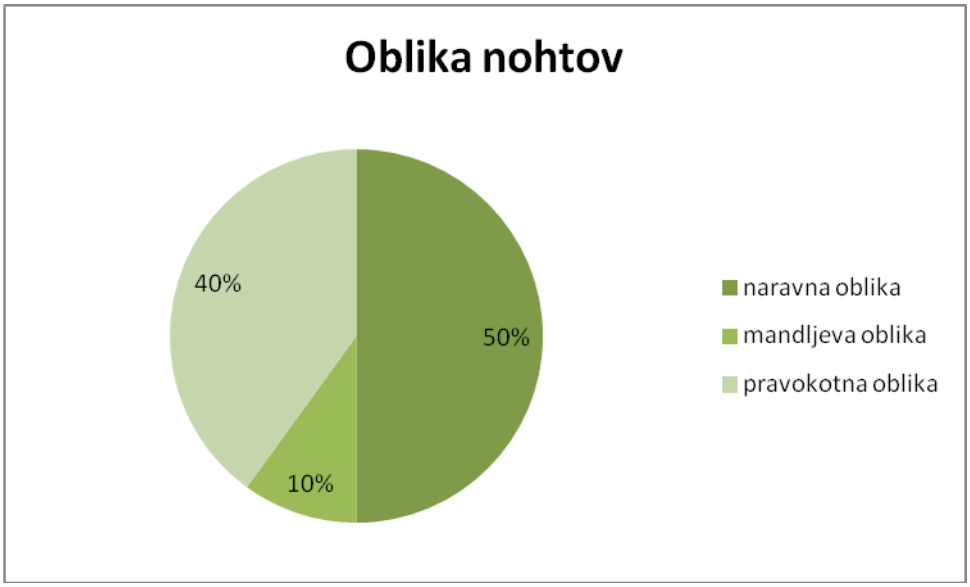
**8. Kakšna oblika nohtov vam je všeč?**

Presenetljiv podatek je, da je kar 35 anketiranim všeč naravna oblika nohtov, kar predstavlja 50 %, pravokotna oblika nohtov je všeč 28 anketiranim, kar predstavlja 40 %, in le 7 anketirankam je všeč mandljeva oblika nohtov, ki je trenutno moderna.

| Vprašanje | Odgovori | Delež v odstotkih |
|---|---|---|
| naravna oblika | 35 | 50 % |
| mandljeva oblika | 7 | 10 % |
| pravokotna oblika | 28 | 40 % |
| **Skupaj** | **70** | **100 %** |

Tabela 8: Oblika nohtov

Vir: Podatki iz ankete




Graf 8: Oblika nohtov

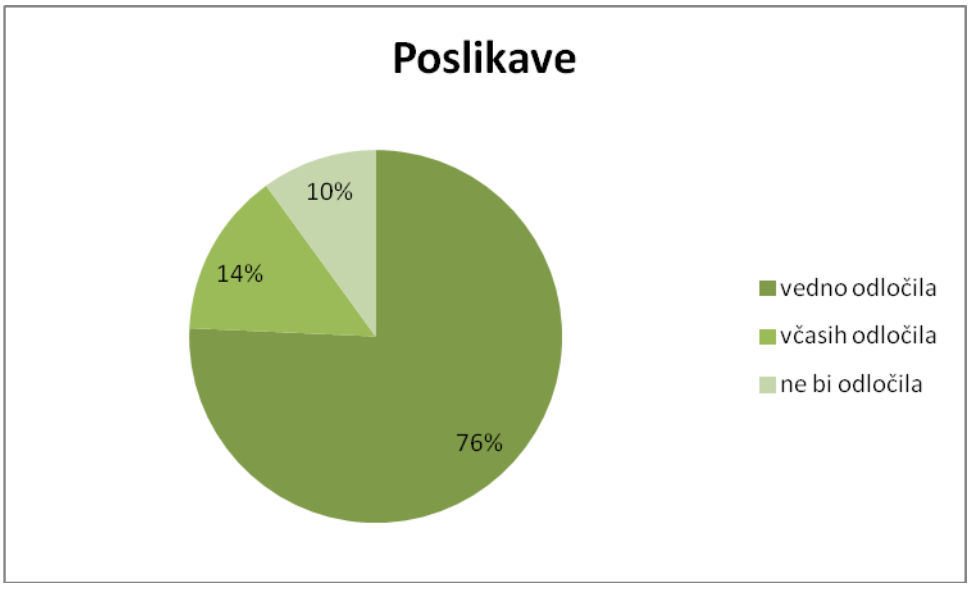
Vir: Podatki iz ankete

**9. Za poslikave na nohtih bi se odločila**

| Vprašanje | Odgovori | Delež v odstotkih |
|---|---|---|
| vedno odločila | 53 | 75,71 % |
| včasih odločila | 10 | 14,29 % |
| ne bi odločila | 7 | 10 % |
| **Skupaj** | **70** | **100 %** |

Tabela 9: Poslikave nohtov

Vir: Podatki iz ankete




Graf 9: Poslikave nohtov

Vir: Podatki iz ankete

Velik del anketirank bi se za poslikavo na nohtih vedno odločil, in sicer 75,71 %, le 10 % anketirank se za poslikave ne bi odločilo. Tak rezultat ankete je kar pričakovan, saj poslikava naredi nohte lepše in opaznejše.

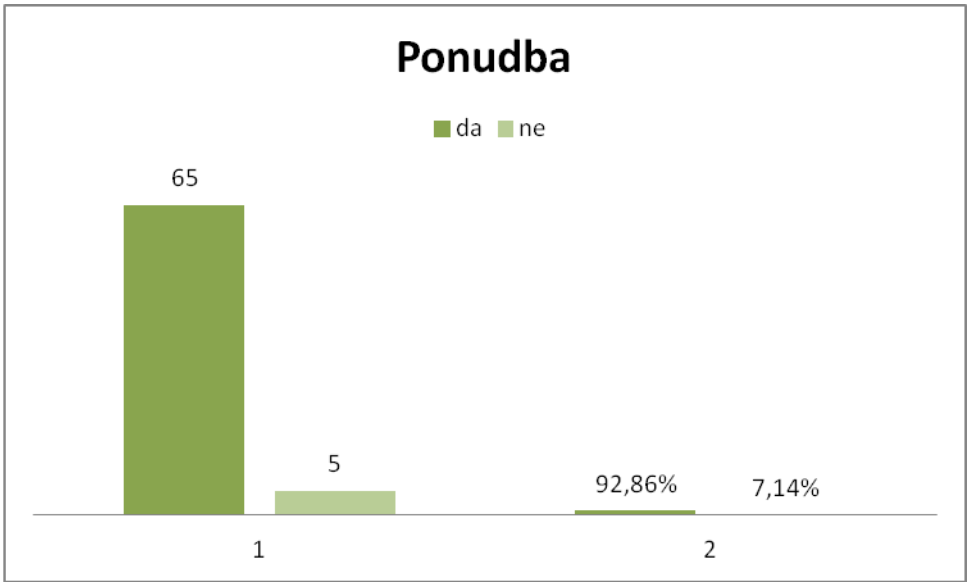
**10. Ali menite, da je ponudba tovrstne storitve na tržišču premajhna?**

Eden izmed ključnih podatkov za nas je prav gotovo ta, da kar 92,86 % anketirank meni, da je ponudba tovrstne storitve na tržišču premajhna. Le 7,14 % anketirank se s to trditvijo ne strinja.

| Vprašanje | Odgovori | Delež v odstotkih |
|---|---|---|
| da | 65 | 92,86 % |
| ne | 5 | 7,14 % |
| **Skupaj** | **70** | **100 %** |

Tabela 10: Ponudba na tržišču

Vir: Podatki iz ankete




Graf 10: Ponudba na tržišču

Vir: Podatki iz ankete

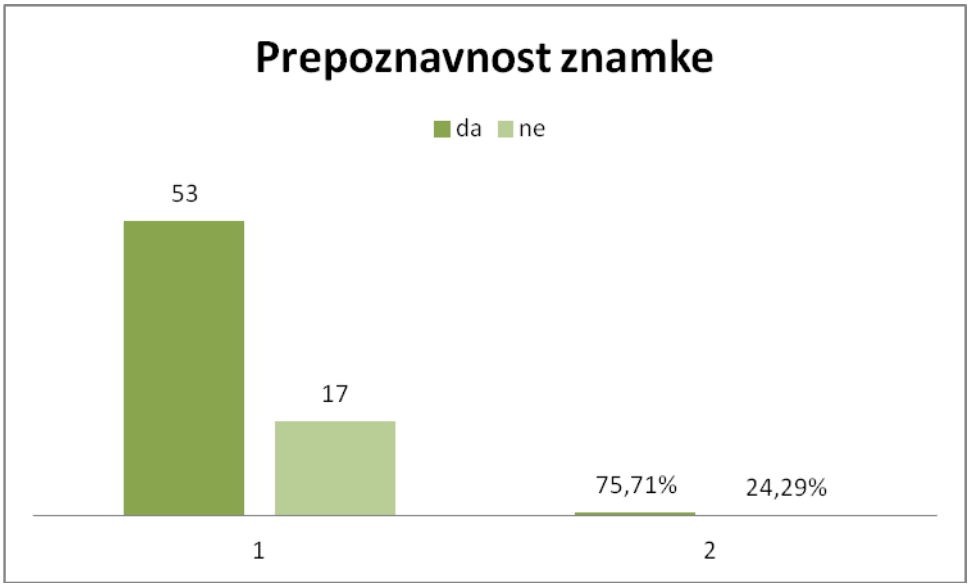
**11. Ste že slišali za gele znamke Catherine?**

Nekaj več kot tri četrtine anketirank je že slišalo za znamko gelov Catherine, kar je za nas dobrodošla informacija, saj to pomeni, da je znamka na tržišču dokaj dobro poznana. Le 17 anketirank znamke ne pozna.

| Vprašanje | Odgovori | Delež v odstotkih |
|---|---|---|
| da | 53 | 75,71 % |
| ne | 17 | 24,29 % |
| **Skupaj** | **70** | **100 %** |

Tabela 11: Prepoznavnost znamke gelov Catherine

Vir: Podatki iz ankete




Graf 11: Prepoznavnost znamke gelov Catherine

Vir: Podatki iz ankete

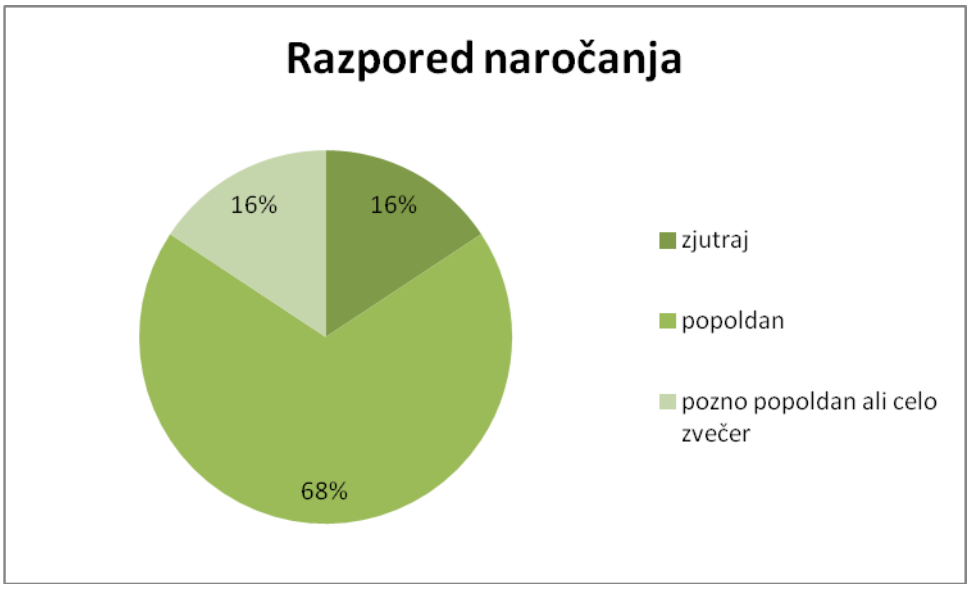
**12. Kateri del dneva bi najlažje namenili za urejanje nohtov?**

Anketirane bi se za urejevanje nohtov največkrat odločile v popoldanskem času (68,58 %), oziroma pozno popoldne ali celo zvečer (15,71 %). Tak rezultat smo nekako tudi pričakovali, saj je večji del anketirank zaposlenih s polnim delovnim časom.

| **Vprašanje** | **Odgovori** | **Delež v odstotkih** |
|---|---|---|
| zjutraj | 11 | 15,71 % |
| popoldan | 48 | 68,58 % |
| pozno popoldan ali celo zvečer | 11 | 15,71 % |
| **Skupaj** | **70** | **100 %** |

Tabela 12: Razpored naročanja

Vir: Podatki iz ankete




Graf 12: Razpored naročanja

Vir: Podatki iz ankete

**13. Koliko denarja bi bili pripravljeni plačati za tovrstno storitev?**

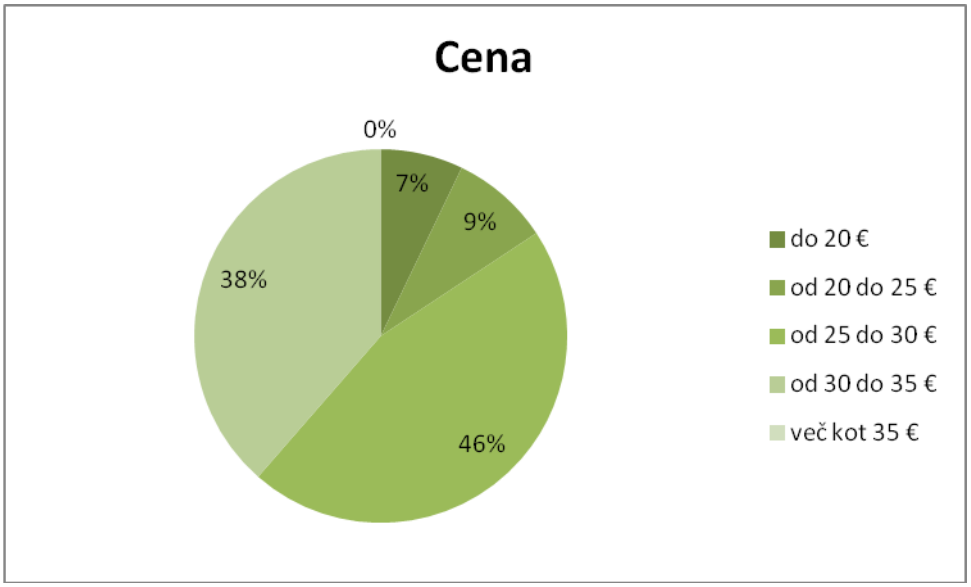
Najpomembnejši podatek pa je mnenje anketirank, koliko so za tovrstno storitev pripravljene plačati. Presenetilo nas je, da bi 45,71 % anketirank bilo pripravljenih plačati od 25 do 30 €, 38,58 % anketirank pa od 30 do 35 €. Več kot 35 € ne bi bila pripravljena plačati nobena izmed anketiranih.

| Vprašanje | Odgovori | Delež v odstotkih |
|---|---|---|
| do 20 € | 5 | 7,14 % |
| od 20 do 25 € | 6 | 8,57 % |
| od 25 do 30 € | 32 | 45,71 % |

| | | |
|---|---|---|
| od 30 do 35 € | 27 | 38,58 % |
| več kot 35 € | 0 | 0 % |
| **Skupaj** | **70** | **100 %** |

Tabela 13: Cena storitve

Vir: Podatki iz ankete




Graf 13: Cena storitve

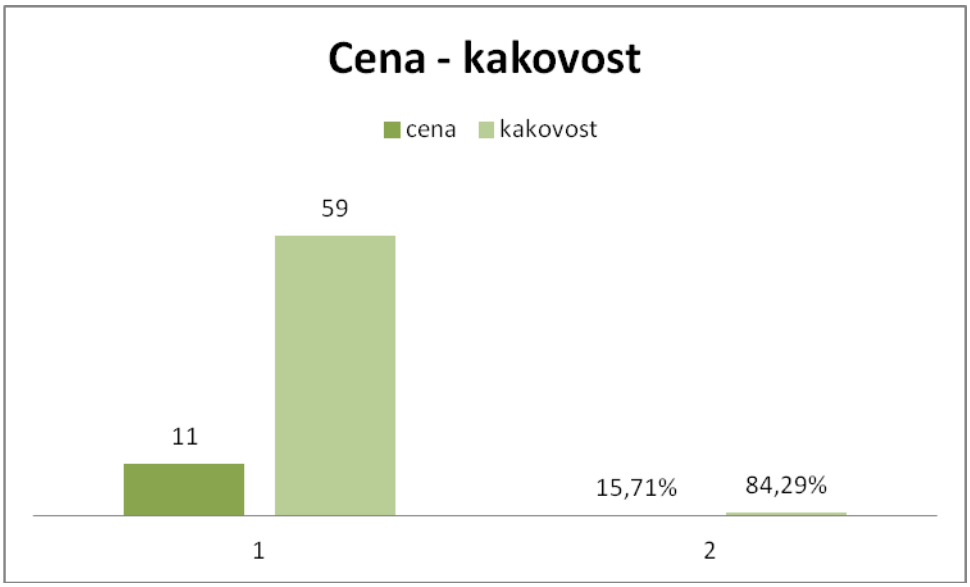
Vir: Podatki iz ankete

**14. Kaj se vam zdi pri tej storitvi pomembnejše**

| Vprašanje | Odgovori | Delež v odstotkih |
|---|---|---|
| cena | 11 | 15,71 % |
| kakovost | 59 | 84,29 % |
| **Skupaj** | **70** | **100 %** |

Tabela 14: Cena − kakovost

Vir: Podatki iz ankete




Graf 14: Cena − kakovost

Vir: Podatki iz ankete

## *3.5 Ugotovitve iz raziskave in analize trga*

Na osnovi analize ankete, ki smo jo uporabili kot metodo za raziskavo in analizo trga, smo ugotovili, da je večina anketirank mnenja, da so urejeni nohti pomembni in da bi jim pripomogli k dvigu samozavesti.

Pozitiven podatek je, da več kot 90 % anketirank trdi, da je ponudba tovrstne storitve na trgu premajhna, kar je za naše podjetje spodbudno. Vedeli smo, da so Catherine geli na trgu znani, kar potrdijo tudi rezultati odgovorov na vprašanje o prepoznavnosti znamke, saj je le-ta znana več kot 75 % anketiranim. Pri določenih vprašanjih smo dobili pričakovane odgovore, nekateri odgovori pa so nas presenetili. Vsekakor nam bodo vsi rezultati pomagali pri snovanju poslovnega načrta.

Z rezultati ankete smo zadovoljni, saj so nam potrdili, da smo na pravi poti, da našo poslovno idejo spremenimo v poslovno priložnost.

# 4 POSLOVNI NAČRT

## *4.1 Uvod, predstavitev poslovne ideje in dejavnosti ter cilji podjetja*

Avtorica diplomskega dela sem Judita Beker, rojena 09. 05. 1976 v Mariboru. Po poklicu sem ekonomski tehnik, letos pa končujem šolanje za ekonomista na Višji strokovni šoli Academia. Imam tudi opravljen tečaj za podaljševanje nohtov. Trenutno sem zaposlena v podjetju Klub studio 55 d.o.o., vendar pa se zelo veselim samostojne podjetniške poti.

Za vsako podjetniško dejavnost je potrebna ideja. Svojo idejo sme dobila že takrat, ko sem obiskovala srednjo šolo, saj sem že tedaj večini svojih prijateljic urejala in lakirala nohte. To sem počela zgolj za zabavo. Sedaj, ko je velika možnost, da ostanem brez zaposlitve, pa sem se odločila opraviti tečaj za podaljševanje nohtov in se posvetiti temu delu, kot samostojna podjetnica.
Glavna dejavnost bo – storitev. Dejavnost se bo izvajala v najetem prostoru Športnega centra v Mariboru.

### *4.1.1 Kratkoročni cilji*

Osnovni cilj je izpolnitev pričakovanj strank, kajti le zadovoljna stranka se vrača in je najboljša reklama. Vsak podjetnik ima kratkoročne in dolgoročne cilje, ki pa jih lahko doseže le z vztrajnostjo, trdim delom in pozitivnim razmišljanjem.

**Cilji v prvem letu poslovanja:**

- pridobiti čim več strank in jih obdržati,
- doseči prepoznavnost na trgu,
- v prvem letu promet v vrednosti 45.000,00 EUR,
- prvo leto doseči 5 % dobiček.

### *4.1.2 Dolgoročni cilji*

- dobra prepoznavnost na trgu,
- povečati asortiman gelov za razširitev ponudbe glede na povpraševanje na trgu,
- povečati promet za 15 % letno,
- možnost dodatnih zaposlitev,
- v četrtem letu odkupiti poslovni prostor.

## *4.2 Poslanstvo in strategija podjetja*

### *4.2.1 Poslanstvo podjetja*

S svojimi storitvami želimo kar najbolje zadovoljiti želje in potrebe strank ter korektno sodelovati s poslovnimi partnerji in dobavitelji.

### *4.2.2 Strategija podjetja*

Strategija bo v začetku poslovanja osredotočena na znane stranke (prijateljice in njihove znanke). Prizadevala si bom predvsem za kakovostno izvajanje storitev in zadovoljstvo strank. Zadovoljna stranka se vrača in je hkrati tudi najboljša reklama. Storitev bomo opravljali po konkurenčni ceni. Pomembno je tudi redno reklamiranje svoje storitve.

## *4.3 Panoga, organizacijska oblika in ponudba*

### *4.3.1 Panoga*

Naša dejavnost sodi v panogo storitvena dejavnost – osebne storitve.

### *4.3.2 Makroorganizacija podjetja*

Podjetje bo registrirano kot družba z omejeno odgovornostjo − d.o.o.

### *4.3.3 Mikroorganizacija podjetja*

Mikroorganizacija zajema predvsem sistem naročanja in vodenja rokovnika sprejetih oziroma dogovorjenih naročil, vodenja evidence zalog materialov ter redno spremljanje finančnega poslovanja.

### *4.3.4 Predmet ponudbe*

Predmet ponudbe: podaljševanje nohtov.



Slika 1: Z gelom podaljšani nohti

Vir: Lasten

## *4.4 TRŽIŠČE*

### *4.4.1 Analiza trga*

**Ciljne skupine strank**

Naša ciljna skupina bodo izključno dekleta nad 15. letom starosti in vse ženske, ki so rade lepo urejene.

**Lokacija strank**

Pričakovane stranke bodo predvsem iz Maribora in njegove okolice.

**Značilnost trga**

Konkurenca na trgu je velika, vendar pa tudi povpraševanje, in še narašča.

**Stranke**

Vsaka stranka si želi kvalitetne storitve po konkurenčni ceni. Pomembno je tudi hitro reševanje reklamacij.

### *4.4.2 Konkurenca*

**Konkurenca – ključni primerljivi konkurenti**

Konkurenca na trgu je velika.

Moji glavni konkurenti so: Estrada nail studio, NailSpa studio, Ksenja-nails, Kala beauty studio, BM kozmetični studio …

**Prednosti konkurence**

Prednost konkurence je predvsem večja prepoznavnost, saj so že dalj časa na trgu in jih zato stranke poznajo.

**Slabost konkurence**

Svojo dejavnost bomo izvajali s cenovno ugodnejšimi materiali (geli), vendar še vedno zelo kvalitetnimi, zato bomo cenovno konkurenčni.

**Tržni nastop konkurence**

Konkurenca oglašuje svoje storitve preko letakov, radia in v revijah.

### *4.4.3 SWOT analiza*

| **NOTRANJI VPLIVI** | **Prednosti**<br>▪ dobro razvite ročne spretnosti<br>▪ cenovno ugodni materiali<br>▪ možnost naročanja preko elektronske pošte<br>▪ dobra lokacija<br>▪ lahka dostopnost<br>▪ kvaliteta<br>▪ zanesljiv dobavitelj<br>▪ želja po uspehu | **Slabosti**<br>▪ visoke cene<br>▪ neprepoznavnost na trgu<br>▪ konkurenca je že dalj časa na trgu<br>▪ majhna finančna moč<br>▪ neizkušenost v podjetništvu |
|---|---|---|
| **ZUNANJI** | **Priložnosti** | **Ovire** |

| | | |
|---|---|---|
| **VPLIVI** | ▪ veliko in še naraščajoče povpraševanje<br>▪ potreba po cenovno ugodnejših storitvah<br>▪ naraščanje spletnega naročanja<br>▪ možnost prevzema strank konkurence | ▪ dvig cene materialov (gelov)<br>▪ nove konkurence<br>▪ nezadovoljne stranke<br>▪ začetna neprepoznavnost<br>▪ močna konkurenca |

Tabela 15: SWOT analiza

Vir: Lasten

### *4.4.4 Načrt tržnih ciljev in strategij*

**Tržni delež**

| Tržni delež | 1. leto | 2. leto | 3. leto | 4. leto |
|---|---|---|---|---|
| Do 5 % | | | | |
| Od 5−15 % | x | | | |
| Nad 15 % | | x | x | x |

Tabela 16: Tržni delež

Vir: Lasten

**Lokacija prodaje storitev (izražena v %)**

Na območju Slovenije: …. 100 %.

Tujina: …….. 0 %.

### *4.4.5 Cenovna politika in politika konkurenčnosti*

**Cenovna politika**

Glede na to, da bomo za svojo storitev uporabljali cenovno ugodne materiale, bomo cenovno konkurenčni, vendar bomo kljub temu spremljali cene in ponudbo konkurence in strankam nudili kvalitetno storitev po znatno nižji ceni.

**Politika konkurenčnosti**

- dobro dostopna lokacija
- visoka kakovost
- ugodna cena
- možnost spletnega naročanja terminov

### *4.4.6 Tržne strategije*

**Strategija izkoriščanja prednosti in odpravljanje slabosti**

Zaradi dobro dostopne lokacije, visoke kvalitete materialov in ugodnih cen imamo velike možnosti za uspešno poslovanje. Naša največja pomanjkljivost je ta, da smo novi na trgu in zato še neprepoznavni, zato se bomo tudi reklamirali (oglaševanje v revijah, preko radia in letakov).

**Strategija izkoriščanja tržnih priložnosti in premagovanje ovir na trgu**

Ker vemo, da bomo ponujali kakovostno storitev po nizki ceni v primerjavi s konkurenco, si bomo prizadevali pridobiti stranke, ki že imajo podaljšane nohte in obiskujejo druge salone. V glavnem bomo poskušali uresničiti svojo vizijo in poslanstvo.

**Strategija pridobivanja in ohranjanja strank**

Strategija temelji na dejstvu, da je stranko najprej treba pridobiti in šele nato obdržati, da postane naša redna stranka. Temelj uspešnosti bodo zadovoljne stranke, kajti samo zadovoljna stranka se vrača.

**Strategija konkurenčnosti**

Sčasoma bomo uvedli kartončke, na katerih bodo zapisani vsi datumi obiskov in vsaka deseta korektura stranke bo zastonj. Vendar bomo te kartončke razdelili samo med redne stranke.

**Strategija vstopanja na trg, reklamiranja in promoviranja**

Tržna strategija bo usmerjena najprej na znanega kupca. Izvajali bomo marketinške aktivnosti in reklamiranje dejavnosti preko najrazličnejših sredstev (delili letake, obiskovali sejme …).

**Strategija rasti obsega trga**

Ponudbo bomo širili glede na želje in potrebe strank. Sledili bomo novitetam na trgu. Prizadevali si bomo za korektno izvajanje storitve in konkurenčno ceno.

**Strategija trženjske kulture**

Potrebno je vzdrževati korekten odnos do strank in si pridobiti njihovo zaupanje.

**Strategija poprodajnih aktivnosti**

Izvajanje poprodajnih aktivnosti je pomemben faktor, ki še poveča povezanost s stranko. Zelo pomembno je pridobivanje povratnih informacij s strani strank. Ob posebnih priložnostih bomo strankam podarjali majhne pozornosti.

## *4.5 Podjetniška kalkulacija izbranega konkurenta*

Reprezentant: korektura nohtov.

Predstavlja: 90 % v strukturi prodaje.

Število v količinskem načrtu: 1.400 korektur.

Kalkulacija

| POSTAVKA | VREDNOST V EUR |
|---|---|
| 1. strošek materiala | 9,64 |
| 2. strošek dela | 7,71 |
| 3. strošek amortizacije | 0 |
| 4. strošek poslovanja | 4,08 |
| 5. lastna cena | 21,43 |
| 6. želen dobiček | 8,57 |
| 7. prodajna cena | 30,00 |

Tabela 17: Kalkulacija izbranega reprezentanta

Vir: Lasten

Strošek materiala: 15.000 EUR x 90 % : 1.400 = 9,64 EUR.

Strošek dela: 12.000 EUR x 90 % : 1.400 = 7,71 EUR.

Strošek poslovanja: 18.360 EUR – 12.000 EUR = 6.360 EUR x 90 % : 1.400 = 4,08 EUR.

## *4.6 Načrtovanje prodaje*

### *4.6.1 Osnove za napoved prodaje*

Osnove za napoved prodaje so v našem poznavanju tržnih možnosti na osnovi tržne raziskave ter na osnovi izvajalske kapacitete kakor tudi ocene potrebnega prihodka za pokrivanje vseh stroškov in še ustvarjanja dejavnosti primernega dobička.

### *4.6.2 Napoved prodaje*

**Osnova za realistično napoved prodaje**

Na osnovi rezultatov raziskave tržišča, analize konkurence in načrtovanih cen menimo, da bi v prvem letu lahko naredili okrog 1.500 korektur nohtov strank.

**Osnova za pesimistično napoved prodaje**

Zaradi trenutne gospodarske krize doma in po svetu ocenjujemo, da bi lahko pesimistično gledano prodaja padla tudi za 20 %.

**Osnova za optimistično napoved prodaje**

Glede na to, da ponujamo kakovostno storitev po ugodni nizki ceni in glede na to, da trenutno povpraševanje po tej storitvi močno narašča, bi ob dobri reklami lahko prodaja storitve presegla tudi do 20 % od pričakovane prodaje. Pogoj za optimistično napoved prodaje je tudi propad katerega izmed konkurentov.

### *4.6.3 Pogoji prodaje*

Neposredna prodaja storitve. Gotovinsko poslovanje. Za uspešno opravljanje storitve bomo morali imeti na zalogi zadostno količino materiala (gelov).

**Količinska napoved prodaje**

| Predmet prodaje | EM | Leto 1 | Leto 2 | Leto 3 | Leto 4 |
|---|---|---|---|---|---|
| Korektura | obisk | 1.500 | 1.750 | 2.000 | 2.200 |

Tabela 18: Količinska napoved prodaje

Vir: Lasten

**Vrednostna napoved prodaje**

| Predmet prodaje | Povprečna vrednost (€) | Leto 1 | Leto 2 | Leto 3 | Leto 4 |
|---|---|---|---|---|---|
| Korektura | 30 | 45.000 | 52.500 | 60.000 | 66.000 |
| Skupaj realistična napoved | 30 | 45.000 | 52.500 | 60.000 | 66.000 |
| Skupaj pesimistična napoved | | 36.000 | 48.000 | 55.000 | 60.000 |
| Skupaj optimistična napoved | | 54.000 | 60.000 | 75.000 | 75.000 |
| Mesečna realistična napoved | | 3.750 | 4.375 | 5.000 | 5.500 |

Tabela 19: Vrednostna napoved prodaje

Vir: Lasten

## *4.7 Načrt nabave, reklame in drugih tržnih dejavnikov*

### *4.7.1 Osnove za napoved nabave in pogoji nabave*

Predmet nabave je material, ki ga potrebujemo za izvajanje storitve. Strošek porabljenega materiala predstavlja v strukturi prodaje in se giblje med 33 in 38 %. Napoved nabave je odvisna od prodaje in količine varnostnih zalog.
Ključni dobavitelj bo podjetje Catherine d.o.o., ki bo za nas dobavljalo ves material.

### *4.7.2 Predmet in pogoji nabave*

Predmet nabave so geli, pilice za nohte, olje za mehčanje nohtne kožice, krema za roke.

Ker gre za periodično ponavljajoče nabave, bomo z dobavitelji sklepali dogovore o plačilu v roku 15 dni po izstavljenem dobaviteljevem računu.

Dostava materiala je lahko franko naše skladišče, v določenih nujnih primerih pa bomo dostavili material sami po izboru pri dobavitelju.

### *4.7.3 Načrt nabave in promocije*

| Predmet nabave | Povprečna vrednost | Leto 1 | Leto 2 | Leto 3 | Leto 4 |
|---|---|---|---|---|---|
| geli | 5,00 | 7.500 | 10.000 | 12.500 | 15.000 |
| pilice | 1,50 | 2.250 | 3.000 | 3.750 | 4.500 |
| olje | 1,50 | 2.250 | 3.000 | 3.750 | 4.500 |
| Krema za roke | 2,00 | 3.000 | 4.000 | 5.000 | 6.000 |
| Skupna vrednost nabave (€) | 10,00 | 15.000 | 20.000 | 25.000 | 30.000 |

Tabela 20: Predmet in pogoji nabave

Vir: Lasten

Logotip bo isti, kot ga ima podjetje, pri katerem bomo naročali material.
Aktivnosti oglaševanja in promocije bodo izvedene preko letakov in reklamiranja na sejmih.

### *4.7.4 Drugi vplivni tržni dejavniki*

**Ekonomski vpliv:** gospodarska kriza, vpliv konkurence.

**Tehnološki vpliv:** začetek poslovanja bo v najetem prostoru z rabljeno opremo.

**Sezonski vpliv:** dejavnost nima velikih sezonskih nihanj, nekoliko večje povpraševanje je pričakovano samo ob božičnih in novoletnih praznikih.

## *4.8 Načrt človeških virov in stroškov dela*

### *4.8.1 Načrt človeških virov*

| Delovno mesto | Stopnja izobrazbe | Leto 1 | Leto 2 | Leto 3 | Leto 4 |
|---|---|---|---|---|---|
| Direktorica in samozaposlena | V. | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Skupaj zaposleni | | 1 | 1 | 1 | 1 |

Tabela 21: Načrt človeških virov

Vir: Lasten

### *4.8.2 Načrt stroškov dela*

| Delovno mesto | Bruto plača/mesec | Leto 1 | Leto 2 | Leto 3 | Leto 4 |
|---|---|---|---|---|---|
| Direktorica in samozaposlena | 1.000 | 12.000 | 12.000 | 12.000 | 12.000 |
| Skupaj plače | | 12.000 | 12.0000 | 12.000 | 12.000 |
| Prehrana | 80 | 960 | 960 | 960 | 960 |
| Regres | 700/letno | 700 | 700 | 700 | 700 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| SKUPAJ (€) | 1.080 | 13.660 | 13.660 | 13.660 | 13.660 |

Tabela 22: Načrt stroškov dela

Vir: Lasten

### *4.8.3 Računovodski in drugi kadrovsko-poslovni posli*

Računovodske posle bo vodil zunanji računovodski servis, katerega mesečni strošek bo znašal 50 EUR.

## *4.9 Načrt pogojev dela*

### *4.9.1*

### *4.9.2 Manjkajoča znanja*

Zaradi spreminjanja trendov bomo svoje znanje nadgrajevali z dodatnimi izobraževanji na seminarjih, za kar bomo namenili 400 EUR letno.

### *4.9.3 Poslovni prostor*

### *4.9.4*

Poslovni prostor bomo imeli v najemu. Prostor je na dobri lokaciji in je klimatiziran.
Najemnina zanj znaša 300 EUR na mesec, obratovalni stroški so zajeti v najemnino.
V četrtem letu bi skušali poslovni prostor v vrednosti 40.000 EUR odkupiti v kombinaciji lastnih ustvarjenih sredstev iz amortizacije z dobičkom ter s pomočjo kredita.

### *4.9.5 Načrt opreme*

| Vrsta opreme | Vrednost | Leto 1 | Leto 2 | Leto 3 | Leto 4 |
|---|---|---|---|---|---|
| Pohištvo v salonu | 1.500 | 1.500 | | | 1.500 |
| Računalnik in programi | 1.500 | 1.500 | 1.000 | | 2.000 |
| Telefon | 100 | 100 | | | |
| SKUPAJ (€) | ---- | 3.100 | 1.000 | 0,00 | 3.500 |

Tabela 23: Načrt opreme

Vir: Lasten

### *4.9.6 Načrt vlaganj v naložbe*

| Vrsta naložbe | Leto 1 | Leto 2 | Leto 3 | Leto 4 |
|---|---|---|---|---|
| Znanje | 400 | 400 | 400 | 400 |
| Odkup prostora | - | - | - | 40.000 |
| Oprema | 3.100 | 1.000 | 0,00 | 3.500 |
| SKUPAJ (€) | 3.500 | 1.400 | 400 | 43.900 |

Tabela 24: Načrt vlaganj v naložbe

Vir: Lasten

### *4.9.7 Načrt virov za naložbe*

| Finančni viri | Leto 1 | Leto 2 | Leto 3 | Leto 4 |
|---|---|---|---|---|
| Lastna sredstva | 3.500 | 1.400 | 400 | 33.900 |
| Subvencije | - | - | - | - |
| Krediti | - | - | - | 10.000 |
| SKUPAJ (€) | 3.500 | 1.400 | 400 | 43.900 |

Tabela 25: Načrt virov za naložbe

Vir: Lasten

**Anuitetni načrt kredita:**

Višina kredita: 10.000 EUR.

Obrestna mera: 7 %.

Rok vračila: 3 leta.

| Leto | Ostanek dolga | Glavnica | Obresti | Anuiteta |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 6.889,48 | 3.110,52 | 700,00 | 3.810,52 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 2 | 3.561,23 | 2,328,25 | 482,26 | 3.810,52 |
| 3 | 0,00 | 3.561,23 | 249,29 | 3.810,52 |
| **Skupaj (€)** | | **10.000,00** | **1.431,55** | **11.431,55** |

**Izračun amortizacije**

| Leto | AM stopnja | 1 | 2 | 3 | 4 |
|---|---|---|---|---|---|
| Prostor | 2,5 % | - | - | - | 40.000 |
| Amortizacija | | - | - | - | 1.000 |
| Vlaganja v opremo | | 3.100 | 1.000 | - | 3.500 |
| Oprema z odšteto AM | | - | 3.480 | 2.784 | 2.227 |
| Amortizacija | 20 % | 620 | 696 | 557 | 445 |
| Osnovna sredstva skupaj | | 3.100 | 4.480 | 2.784 | 43.500 |
| **Amortizacija skupaj (€)** | | **620** | **696** | **557** | **1.445** |

## *4.10 Načrtovane konkurenčne prednosti*

- dobra lokacija
- lahka dostopnost
- kvaliteta
- nizka cena
- zanesljiv dobavitelj

Kvaliteto bomo zagotavljali s strokovnim znanjem, dodatnim izpopolnjevanjem in kakovostnimi materiali.

## *4.11 Kritična tveganja in problemi ter protiukrepi*

### *4.11.1 Kritična tveganja in problemi*

Velik problem bi se pojavil v primeru bolezni nosilke dejavnosti, nepričakovanega povišanje stroškov poslovanja ali pritiska konkurence.

### *4.11.2 Ukrepi za premagovanje kritičnih tveganj in problemov*

Konkurenco lahko premagamo samo s kakovostjo, zanesljivostjo in korektnim odnosom s strankami.
Sklenili bomo nezgodno in življenjsko zavarovanje.

## *4.12 Terminski plan*

| DEJAVNOSTI | TERMIN |
|---|---|
| Izdelava poslovnega načrta | september 2011 |
| Ureditev salona | november 2011 |
| Nabava opreme | december 2011 |
| Registracija podjetja | december 2011 |
| Podpis pogodbe z dobaviteljem | december 2011 |
| Začetek poslovanja | 1. 1. 2012 |

Tabela 26: Terminski plan

Vir: Lasten

## *4.13 Finančni načrt*

### *4.13.1 Uporabljene predpostavke in izhodišča*

Pri finančnem načrtu prikazujemo poslovanje za obdobje prvih štirih let, pri čemer izhajamo iz realistične napovedi, napovedi nabave, kalkulacije in stroškov dela.

**Načrt stroškov in finančnih odhodkov v prvem normalnem letu poslovanja:**

| Oznaka | Vrsta stroška | Mesečni znesek | Letni znesek |
|---|---|---|---|
| A | Spremenljivi stroški | | |
| | – nabava materiala | 1.250 | 15.000 |
| | – proizvodne storitve | - | - |
| | – drugi spremenljivi stroški | - | - |
| | Skupaj spremenljivi stroški (€) | 1.250 | 15.000 |
| B | Stalni stroški | | |
| | – stroški dela | 1.000 | 12.000 |
| | – režijske tuje storitve | 50 | 600 |
| | – režijski material in drobni inventar | 30 | 360 |
| | – amortizacija | 52 | 620 |
| | – energija in PTT | 30 | 360 |
| | – najemnina | 300 | 3.600 |
| | – reklama | 50 | 600 |
| | – zavarovanje | 40 | 480 |
| | – potni stroški | 20 | 240 |
| | – prehrana | 80 | 960 |
| | – regres | 58 | 700 |
| | – ostalo | - | - |
| | Skupaj stalni stroški (€) | 1.710 | 20.520 |
| C | Finančni odhodki | | |
| | – obresti za tuje vire | | |
| A+B+C | Skupaj stroški in odhodki (€) | | 35.580 |

Tabela 27: Načrt stroškov v prvem letu poslovanja

Vir: Lasten

### *4.13.2 Načrt stroškov poslovanja (računalniška tabela številka 1 v prilogi)*

### *4.13.3 Načrt poslovnega izida (računalniška tabela številka 2 v prilogi)*

### *4.13.4 Načrt kazalcev poslovanja (računalniška tabela številka 3 v prilogi)*

### *4.13.5 Načrt izkaza denarnega toka (računalniška tabela številka 4 v prilogi)*

### *4.13.6 Načrt praga donosnosti (računalniška tabela številka 5 v prilogi)*

### *4.13.7 Načrt izkaza stanja (računalniška tabela številka 6 v prilogi)*

### *4.13.8 Komentar k finančnemu načrtu*

**Poslovni izid ali izkaz uspeha** nam pove, kako bo podjetje poslovalo v določenem obdobju, s prikazom prihodkov in odhodkov, ali je ustvarilo dobiček ali izgubo, ki predstavlja razliko med prihodki in odhodki (Šauperl, 2009: 136). V našem primeru bo podjetje poslovalo pozitivno vsa štiri leta. V prvem letu znaša dobiček 5.679,00 €, v drugem letu 7.497,00 €, v tretjem letu 9.446,30 € in v četrtem letu 11.180,30 €.

**Gospodarnost** nam kaže razmerje med celotnimi prihodki in odhodki. Kazalec gospodarnosti je večji od 1 in je v prvem letu 1,20, kar pomeni, da je za 20 % več prihodkov kot odhodkov
(podjetje je poslovalo z dobičkom), v drugem letu je kazalec gospodarnosti 1,24, v tretjem letu 1,27 in v četrtem letu 1,29.

**Donosnost prihodkov** v prvem letu znaša 16,83, v drugem letu 19,04, v tretjem letu zopet naraste na 20,99 in prav tako v četrtem letu na 22,59.

**Denarni tok** je zapis v denarju, ki je na voljo v določenem trenutku. Denarni tok tvorijo prejemki (prilivi) in izdatki (odlivi). Naše podjetje bo likvidno.

**Vrednostni prag rentabilnosti**, ko se izenačijo prihodki in odhodki, dosežemo v letu 1 pri 74,76 % realizaciji prodaje, v letu 2 pri 69,24 %, v letu 3 pri 64,01 % in v letu 4 že pri 56,65 % realizaciji prodaje.

**Izkaz stanja** prikazuje uravnoteženost sredstev in virov sredstev. Med sredstvi oziroma premoženjem v prvih treh letih prevladuje gibljivo premoženje, v zadnjem letu stalno premoženje. Med viri sredstev predstavlja glavnino osnovni kapital in nerazporejen dobiček. Spremembe v četrtem letu so posledica vlaganj in povečanja opredmetenih osnovnih sredstev zaradi vlaganj v poslovni prostor.

**Skupna ocena pričakovane poslovne uspešnosti**

Finančni del poslovnega načrta nam kaže, da bo podjetje ob upoštevanju napovedi v tem poslovnem načrtu poslovno uspešno. To nam kaže pričakovan dobiček, pozitivni denarni tok ter kazalci gospodarnosti in donosnosti prihodkov, kar skupno izkazuje trend stalnega naraščanja.

# 5 SKLEPNE MISLI K DIPLOMSKEMU DELU

V diplomskem delu smo predstavili raziskavo trga in poslovni načrt še nedelujočega podjetja Nail studio d.o.o. Diplomsko delo je nadgradnja izpitnega izdelka poslovnega načrta pri predmetu Podjetništvo.

Raziskavo in analizo trga smo opravili z metodo anketiranja. Anketirali smo sedemdeset žensk, katerim smo zelo hvaležni za iskrene odgovore, ki so nam bili v pomoč pri nadaljnjem planiranju in organizaciji.

Z izdelanim poslovnim načrtom imamo razdelano zasnovo delovanja podjetja, ki smo si ga zamislili, iz finančnega načrta pa je razvidno, da bi podjetje ob upoštevanju načrtovanih stroškov in prihodkov lahko bilo poslovno uspešno. To pomeni, da je naša poslovna ideja tudi poslovna priložnost.

**Osebna ugotovitev avtorice diplomskega dela**

V diplomsko delo je bilo vloženo znanje pridobljeno na Višji strokovni šoli ACADEMIA Maribor. Pisanje diplomskega dela mi je olajšalo predvsem pridobljeno znanje s področja podjetništva, trženja storitev, poslovnega komuniciranja, prodaje in nabave. Pridobljeno znanje nam bo koristilo tako v poslovnem kot v zasebnem življenju.

**Če ste gradili gradove v oblakih, vaše delo ni bilo zaman.**
**Prav tam namreč morajo biti. Sedaj morate pod njimi samo še zgraditi temelje.**
Henry David Thoreau

# 6 UPORABLJENA LITERATURA IN VIRI

## *6.1 Literatura*


1. Antončič, B.: *Podjetništvo,* GV ZALOŽBA, Ljubljana, 2002.
2. Bunc, M.: *Globalni marketing,* DZS, Ljubljana, 2007.
3. Ivanuša-Bezjak, M.: *Poslovodenje,* Višja strokovna šola Academia, Maribor, 2006.
4. Ivanuša-Bezjak, M.: *Zaposleni – največji kapital 21. Stoletja,* Pro Andy, Maribor, 2006.
5. Kotler, P.: *Management trženja,* GV Založba, Ljubljana, 2003, 2004.
6. Kralj, M.: *Kultura podjetja,* Academia, Maribor, 2008.
7. Mihaljčič, Z.: *Poslovno komuniciranje*, Višja strokovna šola Academia, Maribor, 2005.

8. Mihaljčič, Z.: *Psihologija prodaje*, Višja strokovna šola Academia, Maribor, 2006.
9. Plut, E.: *Poslovni načrt*, Creativ Plus d.o.o., Ljubljana, 2007.
10. Smith, Russel, Taylor: *Marketing communication*, An integrated approach, London and Sterling, Kogan Page, 2005.
11. Šauperl, F.: *Podjetništvo*, Academia, Maribor, 2008.
12. Šauperl, F.: *Navodilo za uporabo programa za finančno načrtovanje,* Academia, Maribor, 2010.
13. Tomažin, A.: *Velika priložnost*, GV Založba, Ljubljana, 2008.
14. Vidic, F.: *Kako razviti uspešno podjetje*, GEA College, Ljubljana, 1997.

### *6.2 Viri*

1. www.mladipodjetnik.si 01. 09. 2011.

# 7 PRILOGE

### *7.1 Anketni vprašalnik*

**ANKETNI VPRAŠALNIK**

Spoštovani,

sem Judita Beker in sem študentka Višje strokovne šole ACADEMIA Maribor, program ekonomist. Za izdelavo diplomske naloge z naslovom:

**Z RAZISKAVO TRGA IN S POSLOVNIM NAČRTOM PODJETJA »NAIL STUDIO D. O. O.« OD IDEJE DO PRILOŽNOSTI,**

potrebujem vašo cenjeno pomoč.

Prosim za trenutek vašega cenjenega časa in vaše iskrene odgovore. Vprašalnik je anonimen in zaupen, odgovori bodo uporabljeni izključno v raziskovalne namene diplomskega dela. Odgovore obkrožite ali označite, če odgovarjate po elektronski pošti. Odgovorite prosim na vsa vprašanja.

1. **Starost:**
   a. do 20 let
   b. od 20 do 30 let
   c. od 30 do 40 let
   d. od 40 do 50 let
   e. nad 50 let

2. **Izobrazba:**
   a. poklicna izobrazba
   b. srednja izobrazba (štiriletna srednja šola)
   c. višja izobrazba
   d. visoka izobrazba ali več

3. **Poklicni status:**
   a. študentka
   b. zaposlena s polnim delovnim časom
   c. zaposlena s polovičnim delovnim časom
   d. brezposelna
   e. upokojena

4. **Dohodek:**
   a. do 500 €
   b. od 500 do 800 €
   c. od 800 do 1100 €

d. nad 1100 €

**5. Kako pomembno vam je imeti lepo urejene nohte?**

a. nepomembno
b. malo pomembno
c. pomembno
d. zelo pomembno

**6. Ali se vam zdi, da bi se vam zaradi lepo urejenih nohtov dvignila samozavest?**

a. da
b. ne

**7. Za kakšne barve gela bi se največkrat odločile?**

a. nežne barve
b. svetle barve
c. žive barve
d. temne barve

**8. Kakšna oblika nohtov vam je všeč?**

a. naravna oblika
b. mandljeva oblika
c. pravokotna oblika

**9. Za poslikave na nohtih bi se**

a. vedno odločila
b. včasih odločila
c. ne bi odločila

**10. Ali menite, da je ponudba tovrstne storitve na tržišču premajhna?**

a. da
b. ne

**11. Ste že slišali za gele znamke Catherine?**

a. da
b. ne

**12. Kateri del dneva bi najlažje namenili za urejevanje nohtov?**

a. zjutraj
b. popoldan
c. pozno popoldan ali celo zvečer

**13. Koliko denarja bi bili pripravljeni plačati za tovrstno storitev?**

a. do 20 €
b. od 20 do 25 €
c. od 25 do 30 €
d. od 30 do 35€
e. več kot 35 €

**14. Kaj se vam zdi pri tej storitvi pomembnejše**

a. cena
b. kakovost

Spoštovana anketiranka, zahvaljujem se vam za vaš dragocen čas in iskrene odgovore.

## *7.2 Finančne tabele*

| ***Tabela 1: NAČRT STROŠKOV*** | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | | v EUR |
| Vrsta stroškov | leto | leto | leto | leto |
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| ***A. SPREMENLJIVI STROŠKI*** | | | | |
| | | | | |
| 1. Nabavna vrednost materiala | 15.000,0 | 20.000,0 | 25.000,0 | 30.000,0 |
| 2. Nabavna vrednost blaga | | | | |
| 3. Stroški proizvodnih storitev | | | | |
| 4. Stroški zalog | | | | |
| 5. Spremenljivi del plač - bruto | | | | |
| 6. Pogodbena ali avtorska dela | | | | |
| Skupaj spremenljivi stroški | **15.000,0** | **20.000,0** | **25.000,0** | **30.000,0** |
| | | | | |
| | | | | |
| ***B. STALNI STROŠKI*** | | | | |
| | | | | |
| 1. Stalni del plač - bruto | 12.000,0 | 12.000,0 | 12.000,0 | 12.000,0 |
| 2. Davki in prispevki na plače in pog.dela | 1.908,0 | 1.908,0 | 1.908,0 | 1.908,0 |
| 3. Re`ijske tuje storitve | 600,0 | 600,0 | 600,0 | 600,0 |
| 4. Re`ijski material in drobni inventar | 360,0 | 360,0 | 400,0 | 400,0 |
| 5. Amortizacija | 620,0 | 696,0 | 557,0 | 2.145,0 |
| 6. Stroški zakupa | | | | |
| 7. Energija in PTT | 360,0 | 360,0 | 360,0 | 360,0 |
| 8. Najemnina | 3.600,0 | 3.600,0 | 3.600,0 | |
| 9. Reklama | 600,0 | 600,0 | 600,0 | 600,0 |
| 10. Zavarovanje | 480,0 | 480,0 | 480,0 | 480,0 |
| 11. Drugi stroški | 1.900,0 | 1.900,0 | 1.900,0 | 1.900,0 |
| v tem : - potni stroški | 240,0 | 240,0 | 240,0 | 240,0 |
| - prehrana | 960,0 | 960,00 | 960,0 | 960,0 |
| - regres | 700,0 | 700,0 | 700,0 | 700,0 |
| - ostalo | | | | |
| Skupaj stalni stroški | **22.428,0** | **22.504,0** | **22.405,0** | **20.393,0** |
| | | | | |
| | | | | |
| ***C. ODHODKI FINANCIRANJA*** | | | | |
| | | | | |
| 1. Obresti dolgoročnih kreditov | | | | 700,0 |
| 2. Obresti kratkoročnih kreditov | | | | |
| Skupaj odhodki financiranja | **0,0** | **0,0** | **0,0** | **700,0** |
| | | | | |
| | | | | |
| ***D. IZREDNI ODHODKI*** | | | | |
| ***E. SKUPNI STROŠKI*** | **37.428,0** | **42.504,0** | **47.405,0** | **51.093,0** |

| ***Tabela 2: NAČRT IZKAZA POSLOVNEGA IZIDA*** | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | | v EUR |
| Postavka | leto | leto | leto | leto |
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| ***1. PRIHODKI*** | **45.000,0** | **52.500,0** | **60.000,0** | **66.000,0** |
| | | | | |
| 1.1. Prihodki od prodaje | 45.000,0 | 52.500,0 | 60.000,0 | 66.000,0 |
| 1.2. Prihodki od financiranja | | | | |
| 1.3. Izredni prihodki | | | | |
| ***2. ODHODKI*** | **37.428,0** | **42.504,0** | **47.405,0** | **51.093,0** |
| | | | | |
| 2.1. Stroški začetnih zalog | | | | |
| 2.2. Stroški končnih zalog | | | | |
| 2.3. Stroški nakupa materiala | 15.000,0 | 20.000,0 | 25.000,0 | 30.000,0 |
| 2.4. Nabavna vrednost blaga | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| 2.5. Stroški storitev | 600,0 | 600,0 | 600,0 | 600,0 |
| 2.6. Amortizacija | 620,0 | 696,0 | 557,0 | 2.145,0 |
| 2.7. Plače bruto | 12.000,0 | 12.000,0 | 12.000,0 | 12.000,0 |
| 2.8. Davki in prispevki | 1.908,0 | 1.908,0 | 1.908,0 | 1.908,0 |
| 2.9. Ostali stroški poslovanja | 7.300,0 | 7.300,0 | 7.340,0 | 3.740,0 |
| 2.10. Odhodki od financiranja | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 700,0 |
| 2.11. Izredni odhodki | | | | |
| 2.12. Pokritje izgube prejšnjih let | | | | |
| ***3.DOBIČEK PRED OBDAVČENJEM*** | **7.572,0** | **9.996,0** | **12.595,0** | **14.907,0** |
| ***4. DAVEK OD DOBIČKA*** | **1.893,0** | **2.499,0** | **3.148,8** | **3.726,8** |
| ***5. ČISTI DOBIČEK*** | **5.679,0** | **7.497,0** | **9.446,3** | **11.180,3** |
| ***6. SREDSTVA ZA REPRODUKCIJO*** | **6.299,0** | **8.193,0** | **10.003,3** | **13.325,3** |
| (2.6 + 5 ) | | | | |

| ***Tabela 3: KAZALCI USPEŠNOSTI*** | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | | |
| Kazalec Enačba | leto | leto | leto | leto |
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| prihodki(1) | | | | |
| GOSPODARNOST ---------- | 1,20 | 1,24 | 1,27 | 1,29 |
| odhodki(2) | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| dobiček(3) | | | | |
| DONOSNOST PRIH. ---------- x 100 | 16,83 | 19,04 | 20,99 | 22,59 |
| prihodki(1) | | | | |

| ***Tabela 4: NAČRT IZKAZA DENARNEGA TOKA*** | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | | v EUR |
| Postavka | leto | leto | leto | leto |
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| ***1. ZAČETNI ZNESEK GOTOVINE*** | **7.500,0** | **12.592,0** | **20.391,0** | **31.044,0** |
| | | | | |
| ***2. VPLAČILA*** | **45.000,0** | **52.500,0** | **60.000,0** | **76.000,0** |
| | | | | |
| 2.1. Prejemki od prodaje | 45.000,0 | 52.500,0 | 60.000,0 | 66.000,0 |
| 2.2. Prejemki izrednih prihodkov | | | | |
| 2.3. Prejemki in financiranja | | | | |
| 2.4. Subvencije | | | | |
| 2.5. Druga vplačila | | | | 10.000,0 |
| | | | | |
| ***3. IZPLAČILA*** | **39.908,0** | **44.701,0** | **49.347,0** | **94.896,8** |
| | | | | |
| 3.1. Nakup opreme | 3.100,0 | 1.000,0 | | 3.500,0 |
| 3.2. Vlaganja v zgradbe | | | | 40.000,0 |
| 3.3. Nakup materiala in blaga | 15.000,0 | 20.000,0 | 25.000,0 | 30.000,0 |
| 3.4. Plačilo kooperacije in storitev | 600,0 | 600,0 | 600,0 | 600,0 |
| 3.5. Plače in prispevki | 13.908,0 | 13.908,0 | 13.908,0 | 13.908,0 |
| 3.6. Stroški poslovanja | 7.300,0 | 7.300,0 | 7.340,0 | 3.740,0 |
| 3.7. Anuitete in obresti | | | | 3810.5 |
| 3.8. Davek na dobiček | | 1.893,0 | 2.499,0 | 3.148,8 |
| 3.9. Druga izplačila | | | | |
| | | | | |
| ***4. KONČNI ZNESEK GOTOVINE*** | **12.592,0** | **20.391,0** | **31.044,0** | **12.147,3** |
| | | | | |

| ***Tabela 5: PRAG RENTABILNOSTI*** | | | | |
|---|---|---|---|---|
| vrsta izračuna enačba | leto | leto | leto | leto |
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| | | | | |
| stalni stroški | | | | |
| 1. Količinski ( v kom ) ---------- | | | | |
| pc/ep - ss/ep | | | | |
| | | | | |
| stalni stroški | | | | |
| 2. Vrednosti ( v % ) ---------- x 100 | 74,76 | 69,24 | 64,01 | 56,65 |
| prihod.-sprem.str. | | | | |
| | | | | |
| stalni stroški | | | | |
| 3. Prag pokritja ---------- x 100 | 49,84 | 42,86 | 37,34 | 30,90 |
| stalnih str.( v% ) prihodki | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

| *Tabela 6: NAČRT IZKAZA STANJA* | | | | v EUR |
|---|---|---|---|---|
| | per. 31.12. | per. 31.12. | per. 31.12. | per. 31.12. |
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| **PREMOŽENJE ( aktiva )** | | | | |
| | | | | |
| ***A. STALNO PREMOŽENJE*** | **3.100,0** | **3.480,0** | **2.784,0** | **45.728,0** |
| | | | | |
| 1. Neopredmetena dolgoročna sredstva | | | | |
| ( patenti, licence, zagonski stroški ) | | | | |
| 2. Opredmetena osnovna sredstva | 3.100,0 | 3.480,0 | 2.784,0 | 45.728,0 |
| ( zemljišče, zgradbe, stroji, oprema ) | | | | |
| 3. Dolgoročne finančne naložbe | | | | |
| ( delnice, obveznice ) | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| ***B. GIBLJIVO PREMOŽENJE*** | **10.900,0** | **12.520,0** | **15.216,0** | **5.272,0** |
| | | | | |
| 1. Zaloge ( materiala, proizvodov, blaga ) | 1.250,0 | 1.650,0 | 2.000,0 | 2.500,0 |
| 2. Dolgoročne terjatve ( dana posojila ) | | | | |
| 3. Kratkoročne terjatve ( kupci ) | 1.200,0 | 1.300,0 | 1.500,0 | 1.700,0 |
| 4. Kratkoročne finančne naložbe | | | | |
| 5. Denar in vrednostni papirji | 8.450,0 | 9.570,0 | 11.716,0 | 1.072,0 |
| 6. Aktivne časovne razmejitve | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| ***C. SKUPAJ PREMOŽENJE*** | **14.000,0** | **16.000,0** | **18.000,0** | **51.000,0** |
| | | | | |
| ***D. ZUNAJ BILANČNO PREMOŽENJE (LEASING)*** | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| **VIRI PREMOŽENJA ( pasiva )** | | | | |
| | | | | |
| ***A. TRAJNI VIRI PREMOŽENJA*** | **13.179,0** | **14.997,0** | **16.946,0** | **18.680,0** |
| | | | | |
| 1. Osnovni kapital | 7.500,0 | 7.500,0 | 7.500,0 | 7.500,0 |
| 2. Revalorizacijske rezerve | | | | |
| 3. Nerazporejeni dobiček | 5.679,0 | 7.497,0 | 9.446,0 | 11.180,0 |
| | | | | |
| ***B. DOLGOROČNE REZERVACIJE*** | | | | 19.820,0 |
| ***C. DOLGOROČNE OBVEZNOSTI*** | | | | 10.000,0 |
| ( dolgoročni krediti ) | | | | |
| ***D. KRATKOROČNE OBVEZNOSTI*** | | | | |
| ( dobavitelji, predujmi, kratkoročni krediti ) | 821,0 | 1.003,0 | 1.054,0 | 2.500,0 |
| ***E. PASIVNE ČASOVNE RAZMEJITVE*** | | | | |
| | | | | |
| ***F. SKUPAJ VIRI PREMOŽENJA*** | **14.000,0** | **16.000,0** | **18.000,0** | **51.000,0** |
| ***G. ZUNAJ BILANČNI VIRI PREMOŽENJA*** | | | | |