

**VIŠJA STROKOVNA ŠOLA ACADEMIA,
MARIBOR**

DIPLOMSKO DELO

**ŠOLA VARNE VOŽNJE ZA MLADE VOZNIKE KOT
POSLOVNA PRILOŽNOST**

**Kandidat: Peter Ostrež
Študent izrednega študija
Številka indeksa: 11190122419
Program: Komerčialist**

Mentor: Franjo Šauperl, univ. dipl. ekon.

Maribor, december 2009

IZJAVA O AVTORSTVU DIPLOMSKE NALOGE

Podpisan Peter Ostrež, št. indeksa 11190122419, sem avtor diplomske naloge z naslovom

Šola varne vožnje za mlade voznike kot poslovna priložnost,

ki sem jo napisal pod mentorstvom **Franja Šauperl, 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, navadna 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.

Kraj in datum, Maribor, 23.11.2009

Podpis študenta: Peter Ostrež

ZAHVALA

"Šola je znanje, znanje je bogastvo", je rek starejših ljudi. Šola ti podari teoretično znanje, življenje praktično znanje. Hvala profesorjem Academie za vso teoretično in praktično znanje, ki sem ga pridobil v času študija.

Zahvala tudi moji družini, ki me je bodrila v času študija in mi stala ob strani v dobrih in slabih trenutkih šolanja. Hvala vsem prijateljem in vsem, ki so na kakršen koli način pripomogli k mojemu uspehu in k nastajanju tega diplomskega dela.

Posebna zahvala velja mentorju Franju Šauperlu za podajanje smernic in strokovno pomoč pri nastajanju diplomskega dela.

POVZETEK

Ob vse večjem številu prometnih nesreč s smrtnim izidom in hudimi poškodbami se sprašujemo, ali smo sami dovolj naredili, da se varno pripeljemo domov. Prometno okolje je vse bolj zapleteno, vse več je mladih voznikov, katerih cilj ni varna vožnja in vožnja po predpisih, ampak "frajerišenje" v dobrih avtomobilih, z glasnim navijanjem glasbe, kajenjem in telefoniranjem med vožnjo. Mladim je vožnja postala izziv, avtomobil ni več samo prevozno sredstvo, ampak je vse povezano z užitki in adrenalinom.

Sledečo diplomsko nalogo posvečamo raziskavi mladih voznikov in njihovem razmišljanju pomena varne vožnje. Diplomaska naloga vsebuje teoretičen del, osnove podjetništva in tržnega raziskovanja, osrednji del pa raziskavo trga in poslovni načrt ter opis mladih voznikov in njihovih navad. Jedro diplomskega dela je izdelava poslovnega načrta, s katerim želimo osnovati podjetje "Šola varne vožnje za mlade voznike" in preveriti, ali je poslovna ideja tudi dolgoročna poslovna priložnost.

V naši diplomski nalogi smo postavili hipoteze, da mladim ni prioriteta varna vožnja in da je poslovna ideja ustanovitev podjetja dobra dolgoročna poslovna priložnost, kar dokazujemo z raziskavo in s poslovnim načrtom.

Ključne besede

Mladi vozniki, avtomobil, varna vožnja, poslovna ideja, trženje storitev, podjetniško-poslovna priložnost, poslovna uspešnost.

ABSTRACT

With the increasing number of fatal traffic accidents and those with serious injuries, we ask ourselves if we have done enough to get ourselves home safely. Traffic environment is becoming more and more intricate; there are more and more young drivers, whose aim is not safe driving and driving by the rules, but to appear cool in good cars, listening to loud music, smoking and making phone calls while driving. For the youth, driving became a challenge and the car is no longer just a means of transport. It is connected with enjoyment and adrenaline.

The following diploma is dedicated to the research of young drivers and their thinking about the meaning of safe driving. The diploma consists of a theoretical part, the basics of management and market research. The central part consists of a market research, a business plan and a description of young drivers and their habits. The core of the diploma is the making of a business plan with which we want to establish a business “Safe-driving school for young drivers” and check if this business idea is also a long-term business opportunity.

In our diploma, we set the hypotheses stating that the priority of the youth is not safe driving and that the business idea of establishing a business is also a good long-term business opportunity. This we prove with a research and a business plan.

Key words:

Young drivers, cars, safe driving, business idea, service marketing, economic-business opportunity, business successfulness.

KAZALO

1	UVOD.....	10
1.1	Opredelitev obravnavane zadeve	10
1.2	Namen, cilji in osnovne trditve diplomskega dela.....	10
1.2.1	Namen diplomskega dela	10
1.2.2	Cilji diplomskega dela	11
1.2.3	Osnovne trditve diplomskega dela	11
1.3	Predpostavke in omejitve.....	11
1.4	Predvidene metode raziskovanja.....	11
2	OSNOVE PODJETNIŠTVA IN TRŽENJA STORITEV	13
2.1	Osnove podjetništva.....	13
2.1.1	Podjetništvo in podjetnik	13
2.1.2	Definicija podjetništva.....	13
2.1.3	Podjetnik.....	14
2.2	Trženje storitev	14
2.3	O trženju	15
2.4	Promocija in EPP	15
2.5	Kaj pa prodaja?	16
3	OSNOVE STANJA V PROMETU IN MLADIH VOZNIKIH	17
3.1	Stanje mladine kot sociološke kategorije v prometu	17
3.2	Potrošnja in avto kot statusni simbol	17
3.3	Značilnosti cestnega prometa in tveganj.....	18
3.3.1	Prometne nesreče	19
3.4	Iz stanja v prometu in tveganj razvita poslovna ideja - ustanovitev podjetja	20
4	RAZISKOVALNI DEL.....	21
4.1	Raziskava stanja mladih voznikov v prometu	21
4.1.1	Opredelitev problema za raziskavo	21
4.1.2	Osnove za raziskavo	21
4.1.3	Ugotovitve iz raziskave	23
4.1.4	Osnove iz raziskave stanja mladih voznikov v prometu za snovanje ideje o šoli varne vožnje.....	24
4.2	Raziskava uporabnikov šole varne vožnje.....	24
4.2.1	Opredelitev problema za raziskavo in pripomočki.....	24

4.2.2	Analiza odgovorjenih anket.....	24
4.2.3	Ugotovitve iz raziskave za oblikovanje poslovnega načrta.....	24
5	POSLOVNI NAČRT PODJETJA SAR D. O. O.	25
5.1	Predstavitev poslovne zamisli.....	25
5.2	Smoter, cilji in strategija poslovanja.....	25
5.2.1	Smoter poslovanja	25
5.2.2	Cilji poslovanja.....	25
5.2.3	Strategija poslovanja (Kako doseči cilje?)	26
5.3	Panoga, podjetje in ponudba.....	26
5.3.1	Panoga	26
5.3.2	Organizacijska oblika	26
5.3.3	Predmet ponudbe	26
5.3.4	Predstavitev ekipe.....	27
5.4	Tržišče.....	27
5.4.1	Analiza trga	27
5.4.2	Analiza konkurence	29
5.4.3	SWOT analiza podjetja SAR d. o. o.....	30
5.5	Tržni cilji in strategija trženja.....	30
5.6	Načrt tržne strategije.....	31
5.6.1	Strategija izkoriščanja možnosti in prednosti - premagovanj ovir in slabosti	31
5.6.2	Strategija pridobivanja in ohranjanja kupcev	32
5.6.3	Strategija konkurenčnosti	32
5.6.4	Strategija vstopanja na trg, reklamiranja in promoviranja	32
5.6.5	Strategija rasti obsega trženja.....	32
5.6.6	Cenovna politika.....	32
5.6.7	Kalkulacija izbranega reprezentanta.....	33
5.6.8	Napoved prodaje.....	33
5.6.9	Nabava	34
5.6.10	Drugi vplivni tržni dejavniki	35
5.7	Načrt organizacije in človeških virov	36
5.8	Makroorganizacijska oblika.....	37
5.9	Vodilni kader	37
5.10	Kadrovska projekcija	37
5.11	Načrt stroškov dela	38

5.12	Drugi kadrovski in poslovni pogoji	38
5.12.1	Kadrovski pogoji	39
5.12.2	Materialni pogoji	39
5.13	Pogoji poslovanja.....	40
5.14	Kritična tveganja in problemi	40
5.15	Terminski načrt	41
5.16	Finančne projekcije	42
5.16.1	Načrt stroškov poslovanja	42
5.16.2	Finančne in poslovne obveznosti.....	43
5.16.3	Finančne obveznosti	44
5.16.4	Kapital	44
5.16.5	Načrtovanje izkaza poslovnega izida v obdobju 2009–2012	45
5.16.6	Načrtovana bilanca stanja v € za obdobje 2009–2012	46
5.16.7	Načrtovani denarni tok v obdobju 2009–2012	47
5.16.8	Kazalniki v obdobju 2009–2012	48
5.17	Komentar k finančnem načrtu.....	48
5.17.1	Osnovni kapital.....	48
5.17.2	Osnovno sredstvo	49
5.17.3	Gibanje prihodkov od prodaje za vsa leta	49
5.17.4	Gibanje stroškov (in deleža v prihodkih) za vsa leta.....	49
5.17.5	Obračanje terjatev in obveznosti za vsa leta.....	49
5.17.6	Amortizacija in njen vpliv na poslovne rezultate	50
5.17.7	Gibanje dobička za vsa leta	50
5.17.8	Denarni tok	51
5.17.9	Kazalniki.....	51
5.17.10	Kazalniki celotna gospodarnost.....	51
5.17.11	Kazalnik donosnost kapitala.....	52
5.17.12	Stopnja finančne varnosti	52
6	POTRDI TEV HIPOTEZ IN ZAKLJUČEK	54
7	LITERATURA	56
8	VIRI.....	57
9	PRILOGE	58

SEZNAM TABEL

<i>Tabela 1: Udeleženci v cestnoprometnih nesrečah po vrstah udeležencev, Slovenija, letno ...</i>	19
<i>Tabela 2: Cilji poslovanja</i>	25
<i>Tabela 3: Osnove zamišljenega podjetja SAR d. o. o.</i>	26
<i>Tabela 4: Predstavitev ekipe podjetja SAR d. o. o.</i>	27
<i>Tabela 5: SWOT analiza podjetja SAR d. o. o.</i>	30
<i>Tabela 6: Tržni cilji in strategija trženja podjetja SAR d. o. o.</i>	30
<i>Tabela 7: Kalkulacija</i>	33
<i>Tabela 8: Napoved prodaje in prihodkov iz poslovanja.....</i>	34
<i>Tabela 9: Nabava materiala.....</i>	35
<i>Tabela 10: Stroški kadrovske projekcije</i>	37
<i>Tabela 11: Načrt stroškov dela</i>	38
<i>Tabela 12: Zagon/Investicija.....</i>	40
<i>Tabela 13: Viri financiranja/sredstev</i>	40
<i>Tabela 14: Terminski načrt</i>	41
<i>Tabela 15: Stroški blaga, materiala in storitev</i>	42
<i>Tabela 16: Letne amortizacijske stopnje v % - izračun planirane amortizacije</i>	43
<i>Tabela 17: Poslovne obveznosti</i>	43
<i>Tabela 18: Finančne obveznosti.....</i>	44
<i>Tabela 20: Poslovni izid</i>	45
<i>Tabela 21: Bilanca stanja</i>	46
<i>Tabela 22: Denarni tok</i>	47
<i>Tabela 23: Kazalniki</i>	48

SEZNAM GRAFOV

<i>Graf 1: Statistika umrlih v prometnih nesrečah na slovenskih cestah od leta 2003 do 2008 ..</i>	20
<i>Graf 2: Najpogostejši vzroki prometnih nesreč.....</i>	22
<i>Graf 3: Povzročitelji po spolu</i>	23

1 UVOD

1.1 *Opredelitev obravnavane zadeve*

Prometno okolje postaja vse bolj zapleteno in postaja fenomen sodobne družbe. V diplomskem delu so kot potencialni kupci storitev v ospredju mladi vozniki in njihove vozniške navade. Le-te so danes deležne vse več razprav. Najprej nas zanima, kaj vpliva na odločitev mladih voznikov za obisk šole varne vožnje, zato bomo opravili raziskavo trga z anketo.

Ker je njihova vožnja polna obsodb in predsodkov, nas najbolj zanima, kako bi mladi vozniki reagirali na šolo varne vožnje. Podvrženi so vplivu prometnega okolja, hkrati pa prometni faktorji vplivajo na njihov vsakdan. Danes je mnogim mladim postala vožnja izziv. Ne znajo si predstavljati svojega vsakdana brez avtomobila. Avtomobil ni več samo prevozno tehnično sredstvo. Z avtomobilom je povezano mnogo želja užitkov in pomenov. Prav zaradi tega se je kandidatu za diplomu zdelo pametno raziskati do sedaj njemu še neznano področje. Naloga poleg osrednjega dela raziskave trga in poslovnega načrta vsebuje tudi kratek teoretični del, kjer predstavljamo osnove podjetništva in tržnega raziskovanja, podajamo kratek opis mladih voznikov in njihovih navad ter raziskujemo prometne nesreče in tvegana vedenja ter vlogo avtomobila kot statusnega simbola.

Tržna raziskava z analizo nam je pomembna zato, da dobimo informacije »iz prve roke«. Le-te so namreč najbolj točne in nam pokažejo najbolj realno sliko. Anketa ne vsebuje mnogo vprašanj, saj je iz množice mladih voznikov težko opredeliti problematične.

1.2 *Namen, cilji in osnovne trditve diplomskega dela*

1.2.1 *Namen diplomskega dela*

Namen diplomskega dela je, da dobljene informacije iz raziskovalnega dela podrobneje analiziramo in iz tega povzamemo osnove za poslovno načrtovanje. Glede na naslov diplomskega dela se teoretična izhodišča nanašajo na več pristopov, ki bi lahko razsvetlili problem mladih voznikov in njihove vožnje, ter potrebe po šoli varne vožnje. Hkrati skušamo predstavljene teoretske poglede empirično podkrepiti. Glede na temo dela je le-to kvalitativno obdelano s pomočjo ankete. Začenjamo s teoretičnim delom, v katerem predstavljamo povzetek teorije podjetništva in trženja storitev ter nekaj teoretskih pristopov, s katerimi lahko pojasnimo vprašanje vozniških navad mladih.

V zvezi z naslovom diplomskega dela povzemamo tudi nekaj opredelitev in teorij o mladosti, mladih in njihovem odraščanju.

1.2.2 Cilji diplomskega dela

Eden od ciljev diplomskega dela je, da s pomočjo odgovorov anketiranih potrošnikov dobimo vpogled mladih, kaj jim pomeni varnost udeležencev v prometu in varnost njih samih in ali so temu pripravljeni posvetiti nekaj časa in denarja. Ključni cilj diplomskega dela pa je izdelava poslovnega načrta, s katerim želimo zasnovati podjetje, izdelati projekcije za začetna štiri leta poslovanja in preveriti, ali je lahko poslovna ideja tudi dolgoročna poslovna priložnost.

1.2.3 Osnovne trditve diplomskega dela

Predvidevamo, da obstaja mnogo različnih dejavnikov, ki vplivajo na potrošnika. Predpostavljali smo, da se lahko odgovori anketirancev zelo razlikujejo po spolu in dolžini posedovanja voznškega dovoljenja. Osnovne trditve diplomskega dela se nanašajo na tesno povezanost trga in poslovne uspešnosti, na nujnost raziskovanja trga pred izdelavo poslovnega načrta, na obveznost sistematičnega poslovnega načrtovanja in ugotavljanje pričakovane uspešnosti.

1.3 Predpostavke in omejitve

Anketo smo izvedli med mladimi vozniki naključno, anketiranje je potekalo na dveh srednjih šolah. Naključne anketirance smo prosili, da nam odgovorijo na nekaj anketnih vprašanj. Anketirali smo 200 mladih, od tega 100 moškega in 100 ženskega spola. Anketa ni vsebovala večjega števila vprašanj, saj so mladi zelo netolerantni do kakršnega koli anketiranja.

1.4 Predvidene metode raziskovanja

Za izdelavo teoretičnega dela diplomskega dela smo uporabili zbrano slovensko in tujo literaturo knjig s področja mladih voznikov, tržnega raziskovanja, poslovnega in finančnega

načrtovanja ter druge za diplomsko delo uporabne vire. Pri raziskovalnem delu diplomske naloge smo uporabili vzorčno podjetje SAR d.o.o. ter empirično raziskavo, v kateri smo uporabili naslednje metode:

- podatke o potrebah varne vožnje smo zbrali z metodo anketiranja;
- vprašalnik smo obdelali z metodo izračunavanja aritmetične sredine;
- v analizi dobljenega stanja smo uporabili metodo primerjave;
- proučevane elemente smo ponovno povezali v celoto z metodo sinteze.

Razen tega smo v samem poslovnem načrtu uporabili za raziskavo stanja na trgu analizo konkurence in za ugotavljanje tržnih priložnosti ter ovir SWOT analizo.

OSNOVNE HIPOTEZE:

Hipoteza 1:

- Predpostavili smo, da ima v starosti 18–20 let voziško dovoljenje več moških kot žensk.

Hipoteza 2:

- Predpostavili smo, da moški povzročijo več prometnih nesreč kot ženske v starosti od 18 do 24 let.

Hipoteza 3:

- Predpostavili smo, da bi šolo varne vožnje obiskovalo skoraj 70 % anketiranih.

Hipoteza 4:

- Predpostavili smo dejstvo, da bi šola varne vožnje bila zelo dobra poslovna priložnost, ki bi v 3 letih "prinesla dobiček".

2 OSNOVE PODJETNIŠTVA IN TRŽENJA STORITEV

2.1 Osnove podjetništva

V razvoju teorije o podjetništvu je nastalo nešteto definicij, od katerih nosi vsaka nekaj sporočilnih resnic, nobena pa ni popolna. Podjetništvo opredeljujemo kot prilagodljiv proces ustvarjanja splošnih dobrin (proizvodov in storitev) s ciljem ustvarjanja nove dodane vrednosti. Podjetništvo je torej proces ustvarjanja poslovnih idej in oblikovanja določene ideje v poslovno priložnost z vzpostavitvijo kontrole nad obstoječimi ter razpoložljivimi viri. Podjetništvo je tudi človeška ustvarjalna dejavnost z vključeno človekovo energijo in iniciativo, zato zahteva jasno vizijo, močno pripadnost ideji in vzpodbudo za njeno uresničitev. Navsezadnje je podjetništvo prizadevanje za dosego čim večjega finančnega uspeha ob čim manjšem tveganju (Šauperl, 2007, str. 7).

O podjetništvu lahko govorimo pri vsakem poslovnem procesu, pa naj gre za pridelavo in predelavo sadov zemlje, razvoj in ustvarjanje proizvodov ali izvajanje storitev, seveda v popolnosti šele tedaj, ko postane pridelek, proizvod ali storitev predmet menjave na trgu.

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

2.1.1 Podjetništvo in podjetnik

Podjetništvo in podjetnik sta pojma, ki sta se pri nas do poznih osemdesetih let razmeroma redko uporabljala tako v strokovnih krogih kot v vsakdanjem življenju. Z valom ekonomskih in političnih sprememb, ki je zajel našo državo, sta tudi ta dva pojma postala pomembnejša in pogostejša v našem besednjaku, saj so postali podjetniki nosilci radikalnih strukturnih sprememb v gospodarstvu.

2.1.2 Definicija podjetništva

Obstaja veliko definicij podjetništva. Navajam definicijo, ki sta jo v osemdesetih letih izoblikovala priznana harvardska profesorja Stevenson in Kao (Pšeničny, 1993, str. 27):

"Podjetništvo je poskus ustvariti vrednost s pomočjo odkrivanja poslovne priložnosti, obvladovanja tveganja, ki tej priložnosti ustreza, in s pomočjo komunikacijskih in poslovnih (managerskih) sposobnosti in znanja mobilizirati človeške, finančne in materialne vire, potrebne za uspeh projekta."

Bistvo podjetništva je povečevanje dodane vrednosti in ne le doseganje dobička (Vahčič, 2000, str. 37). Visoka dodana vrednost na zaposlenega omogoča poleg visokih dobičkov tudi dobro plačevanje zaposlenih in davkov in šele vse tri komponente dodane vrednosti so osnova za hitro rast.

2.1.3 Podjetnik

"Podjetnik je posameznik, ki ustanovi podjetje kljub tveganju in negotovostim, da bi ustvaril dobiček in rast na osnovi priložnosti, ki se mu ponudijo, in z zbiranjem potrebnih sredstev, ki mu to omogočajo" (Scarborough, Zimmerer, 1996, str. 7).

V tradiciji podjetniškega raziskovanja je bilo ustanavljanje novih podjetij vedno osrednji predmet razprave. Da bi podprli ustanavljanje novih podjetij, je pomembno vedeti, kdo ustanavlja nova podjetja, v kakšnih situacijah in zaradi katerih razlogov. V vsakdanjem življenju lahko vidimo, da se za podjetništvo odločajo različni ljudje (Glas, 1995, str. 20).

Nekateri so v podjetništvo prisiljeni zaradi gospodarskih kriz, revolucij, nezgod, izgube službe ipd. Ti se lotijo podjetništva, da bi si zagotovili oz. izboljšali ekonomsko varnost. Nekateri podjetniki se lotijo podjetništva načrtovano in se za to celo šolajo, drugi se zanj odločajo spontano. Podjetniki se tudi pogosto odzovejo na spodbude, ki so posledica tehnoloških odkritij, novih življenjskih potreb oz. sprememb v življenjskem stilu, pa tudi na spremembe v državni regulativi.

2.2 Trženje storitev

Trženje je ena najpomembnejših funkcij v vsakem podjetju. Od uspešnosti te funkcije je neposredno v veliki meri odvisna uspešnost podjetja. Trženje kreira tisti del, ki je odvisen od trga: kaj in kako prodajamo, komu in zakaj prodajamo, definira pogoje in določa osnovne smernice za razvoj izdelkov in storitev ter nenazadnje tudi podjetja kot celote.

Od dobrega trženja je odvisno:

- kakšni bodo naši proizvodi in storitve z vidika zadovoljitve želja in potreb kupca,

- kakšni bodo naši kupci,
- na katerih trgih bomo prisotni,
- kakšna bo naša prodaja,
- kolikšen bo naš tržni delež,
- kakšni bomo v očeh kupcev in konkurence ...

2.3 O trženju

Trženje ima tako kot vsak pojem ekonomskega izvora mnogo opredelitev. Ena izmed najbolj celostnih je Kotlerjeva: "Trženje je umetnost, s katero ustvarimo in zadovoljimo kupca ter pri tem dosežemo dobiček."

Ko opredeljujemo trženje in ga želimo predstaviti nekomu, ki ga podrobneje še ne pozna, ne moremo brez trženjskega spleta kot niza trženjskih instrumentov, ki jih podjetje uporablja, da sledi svojim trženjskim ciljem na trgu. Glavni elementi trženjskega spleta so izdelek oziroma storitev, prodajne poti, cena in tržno komuniciranje (promocija). Tem štirim elementom dodajajo sodobne trženjske teorije še tri - zaposlene, procese in odnose s strankami -, ki postajajo vse pomembnejši.

2.4 Promocija in EPP

S trženjem najpogosteje napačno enačimo promocijo oziroma tržno komuniciranje. Promocija je le eden od elementov trženjskega spleta in jo lahko opredelimo kot proces, ki ga organizacija uporablja z namenom komuniciranja z novimi in starimi strankami. S komuniciranjem mislimo na določanje naslednjih dejavnosti: kdo kaj reče, kako to počne, komu kaj pove in kako učinkovito.

Torej s promocijo porabnikom na finančnem trgu povemo o obstoju, lastnostih in prednostih posameznih storitev, da bi jih prepričali o njihovem nakupu. Oblike promocije, ki se najpogosteje uporabljajo, so oglaševanje, neposredno trženje, naslovljene pošiljke, sejmi, razstave, konference, pospeševanje prodaje (drobno promocijsko gradivo), odnosi z javnostmi (stiki z novinarji, objava člankov, tiskovne konference ...).

Oglaševanje je le ena od oblik promocije in temelji na množični komunikaciji. Z besedo "oglaševanje" označimo katerokoli plačano neosebno predstavitev izdelkov ali storitev. Prednost oglaševanja je v širokem dosegu različnih ciljnih skupin, pomanjkljivost pa v veliki

posplošitvi sporočil. Oglaševanje ločimo na informativno, ki spodbuja zavedanje porabnikov o storitvah in organizaciji, prepričevalno, s katerim želimo spodbuditi nakup, in oglaševanje, ki porabnika spomni na že znani izdelek.

Pri oglaševanju upoštevamo pravilo AIDA: A (attention) - zbuditi pozornost, I (interest) - zbuditi zanimanje za ponudbo, D (desire) - zbuditi željo po nakupu, A (action) - zbuditi akcijo in odločitev za nakup.

2.5 Kaj pa prodaja?

Da se ne "utopimo" v teoriji trženja, se posvetimo še vodenju prodajnega in svetovalnega pogovora. Sestavljajo ga tri stopnje, na koncu pa jih lahko združimo v formulo KIP, ki označuje tok prodajnega in svetovalnega pogovora:

1. kontaktna stopnja - ustvarimo dobro ozračje za pogovor in zaupanje s stranko;
2. informacijska stopnja - pridobimo vse potrebne informacije, da stranki predstavimo ustrezno ponudbo;
3. prodajna stopnja - prodamo storitve in uspešno končamo pogovor.

Seveda se moramo na pogovor dobro pripraviti, in sicer tako, da pridobimo čim več podatkov o stranki ter si pripravimo informacijsko gradivo.

Cilj kontaktne stopnje je ustvariti dobro razpoloženje za pogovor in zbuditi zaupanje. Stranko pozdravimo, se predstavimo, potrdimo njeno željo in izberemo temo za pogovor. Do stranke smo prijazni, z mimiko in kretnjami izrazimo, da je dobrodošla.

Cilj informacijske stopnje je dobiti od stranke vse informacije, ki jih potrebujemo za oblikovanje ustrezne ponudbe. Zato je nujna načrtna uporaba vprašanj, po potrebi jih utemeljimo, aktivno poslušamo, delamo zapiske in medtem dajemo povzetke.

Cilj prodajne stopnje sta prodaja storitev in uspešen konec svetovalnega pogovora. Stranko torej prepričajmo z dobro argumentacijo, ki sestoji iz izjave in dokaza. Kot dokaz lahko uporabimo logično utemeljitev, primere, prospekte in primerjave.

3 OSNOVE STANJA V PROMETU IN MLADIH VOZNIKIH

3.1 Stanje mladine kot sociološke kategorije v prometu

Mladost je obdobje, ki igra pomembno vlogo vsakega posameznika. Glede na preteklost, imajo danes mladi veliko več samozavesti, kot so jo imeli mladi v prejšnjih generacijah. V današnji družbi se mladina kaže kot zelo samostojna in svojevrstna skupina populacije (Ule Mihelj, 2002, str. 12).

V medijih odmevajo predvsem negativne strani vožnje, mladi vozniki so vse bolj pogost predmet javnih razprav, predvsem zaradi prometnih nesreč, katerih povzročitelji so, agresivnosti in prehitre ter vznemirjene vožnje. Razprave se osredotočajo predvsem na načine, s katerimi bi zmanjšali število prometnih nesreč in izboljšali ter obenem naredili bolj varno vožnjo. Prometno okolje, v katerem danes vozijo mladi, je veliko bolj zapleteno kot je bilo kdaj prej. Obsega veliko avtomobilov, zapletenih križišč in cest, hkrati pa je promet veliko bolj gost. Prevozno sredstvo je v današnjem času potrebno za funkcioniranje v družbi. Avtomobili so prisotni po vsem svetu. Prostorsko so prisotni tako v urbanem kot ruralnem okolju. Uporabniki z opravljenim vozniškim izpitom so stari vsaj 18 let. V sodobnem času so vse bolj prisotni tudi v medijih. So zanimivi za uporabnike medijev, hkrati pa se medijev poslužujejo velike avtomobilske industrije, ki si preko oglaševanja obetajo velike zaslužke za svoje avtomobile. S tem pa pridobiva tudi avto status, znamka avtomobila je namreč hkrati tehnično sredstvo in socialni status, ki prinaša prestiž in ugodje (Ule Mihelj, 1995, str. 35). Eno od točk prehoda v odraslost bi lahko predstavljal vozniški izpit. Pravila, ki jih srečamo tako pri teoretičnem ali praktičnem opravljanju voznškega izpita, so vnaprej določena in standardizirana. In so hkrati nespremenljiva. Torej za potrditev voznškega dovoljenja je potrebno iti preko posebnega tako teoretičnega kot praktičnega dela, ga je potrebno opraviti natanko tako kot je predpisano. Pri tem se pridobi določeno praktično znanje, ki posamezniku služi skozi celoten čas uporabljanja osebnega vozila (Makarovič, 1983, str. 117–120).

3.2 Potrošnja in avto kot statusni simbol

Henry Ford (1863–1947) je oče modernega tekočega traku in masovne proizvodnje. Pomemben napredek v avtomobilski industriji in transportu predstavlja njegov avtomobil Ford model T. Model T je bil narejen leta 1908 in to leto postane pomembna letnica, kajti takrat postane avto dostopen mnogim. Ameriko je postavil "na kolesa" (Wikipedia, 2008).

Kaj pomeni imeti avto določene znamke? Po mnenju Falka (1994) ne gre le za potrditev družbenega statusa, pri čemer se pokaže, da si nekdo lahko privošči določen avto. Gre za nekaj drugega, in sicer za dejstvo, da tisti, ki ima ta avto, pripada tistim, ki imajo ta avto (Kurdija, 2000, str. 63).

Z avtomobilom je povezanih mnogo želja in pomenov. Ko govorimo o motivih, ki vodijo potrošnjo, je treba omeniti željo. Zakaj si posameznik želi avtomobil in kako ga vozi, uporablja, je kulturno pogojeno s pomeni, ki jih dajemo avtomobilom. V začetku avtomobilizma je avtomobil pomenil neomejeno mobilnost. Železniški promet pa je predstavljal določeno pasivnost, namreč, potnik se ni mogel zaustaviti kjerkoli si je zaželel. Osebni avtomobil pa je to omogočil. Tudi danes nekateri vozniki uživajo v vožnji s svojim avtomobilom. Uživajo v hitri vožnji, ko želijo občutiti ravnotežje med močjo svojega avtomobila in strahom pred trčenjem (Polič, 1984, str. 14).

Pri izboru prevoznega sredstva se ljudje odločajo tudi na podlagi udobja. Udobje je čustveni odziv na fizično stanje in družbene okoliščine, v katerih je. Ustrezno počutje voznika in tudi potnikov pa vpliva na varno vožnjo. K udobju voznika vplivajo fizični dejavniki, ki pomembno vplivajo na udobje. Zato je lahko vožnja, ki je za nekoga zelo udobna, za nekoga drugega zelo neudobna (Polič, 1983, str. 14–15).

3.3 Značilnosti cestnega prometa in tveganj

Prometno okolje, v katerem danes vozijo mladi, je veliko bolj zapleteno kot je bilo kadar koli. Obsega veliko število avtomobilov, zapletenih križišč in cest, promet je veliko bolj gost. Obenem pa se ima današnje mlade voznike za bolj agresivne, vznemirjene in nesramne. Voznik je podvržen mnogim vplivom iz prometnega okolja, ravno tako pa na njega vplivajo dogodki iz njegovega vsakdanjega življenja (Shope JT, 2006, str. 9). Poleg z zakonom predpisanih pravil obstajajo med vozniki tudi nekatera pravila, ki niso nikjer zapisana, izoblikovala pa so se v stoletni zgodovini cestnega prometa. Skupek vseh teh pravil imenujemo kodeks prometne etike. V veliki meri se ta pravila nanašajo na medsebojne odnose udeležencev v prometu. Tekoč in varen promet je odvisen predvsem od sodelovanja in solidarnosti voznikov. Poseben problem predstavljajo odtujeni odnosi v prometu. Predstavljajo jih povsem brezbrizni vozniki, ki v nasprotju s "temperamentnimi vročerkvneži" nastopajo v prometu z ravnodušnostjo in brezosebno hladnostjo ter samozavestjo. Prometna

pravila za njih veljajo zgolj iz strahu pred policisti, ne pa iz samoosveščenosti ali lastne varnosti (Baloh in drugi, 1983, str. 50–53).

3.3.1 *Prometne nesreče*

Prometno nesrečo bi lahko opredelili kot nenaden in nenameren dogodek, ki je posledica tveganj. Pri tem pa lahko pride do telesne poškodbe ali celo smrti. Gre za naključno povezavo določenih dejavnikov v določenem trenutku in na določenem kraju. Prometno nesrečo opredeljuje kot nesrečo, v kateri je udeleženo vsaj eno vozilo, ki je v gibanju na javni cesti ali na drugi prometni površini. Pri tem je nastala materialna škoda ali je bila ena oseba ali več poškodovanih ali je šlo celo za smrt. Kljub naključju poznamo temeljne dejavnike in vzroke, ki lahko vplivajo na nastanek prometne nesreče (Žlender in drugi, 1996, str. 9–10).

Vožnja, ki je tvegana, je napadalna, brezobzirna, voznik pa počne to, kar se pri varni vožnji naj ne bi počelo - prehitevanje na nedovoljenih mestih, premajhna varnostna razdalja, prevelika hitrost itd. (Polič, 1983, str. 14).

Število udeležencev - mrtvi	2003	2004	2005	2006
Vrste udeležencev - skupaj	242	274	258	262
Vozniki - vsi	153	176	164	170
- osebnih avtomobilov	94	108	93	96
- tovornih in specialnih vozil	4	6	7	2
- avtobusov	-	0	-	-
- traktorjev	7	11	4	2
- motornih koles	26	23	34	42
- mopedov in koles z motorjem	6	6	5	12
Drugih motornih vozil	2	1	3	2
- koles	14	21	18	14
Potniki	51	62	55	55
Pešci	38	35	37	36
Drugo	-	1	2	1

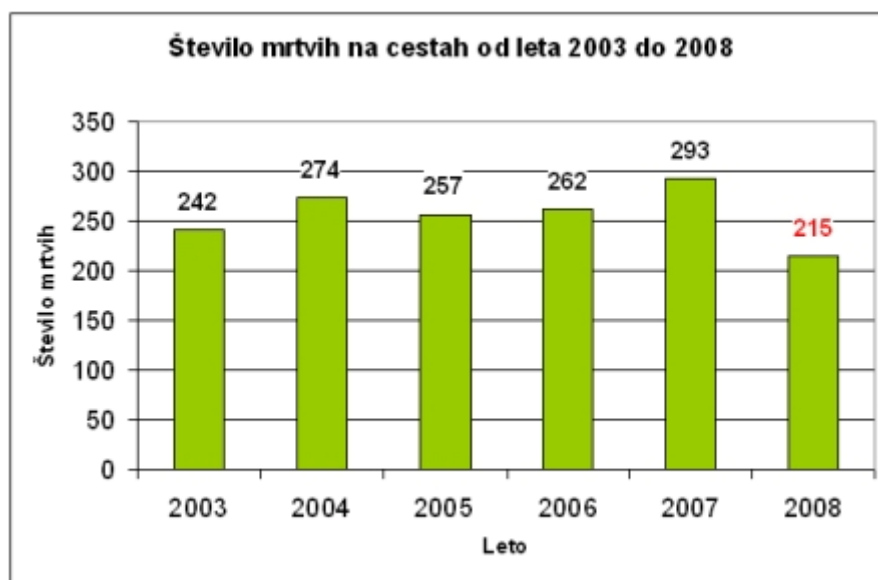
Tabela 1: Udeleženci v cestnoprometnih nesrečah po vrstah udeležencev, Slovenija, letno, Vir: MNZ, Policija

Danes veliko mladih vozi avtomobil, preden opravi vozniški izpit, in to v spremstvu staršev ali samostojno ali z vrstniki. Vozijo tako na cestah z normalnim prometom kot na stranskih cestah. Torej lahko govorimo o dejavniku neizkušenosti. Da tako veliko število najstnikov vozi brez izpita, govori o posebni "prometni" vezi med starši in otroci. Posledica te vezi pa so pogoste prometne nesreče (Žlender in drugi, 1996, str. 74–75).

3.4 Iz stanja v prometu in tveganj razvita poslovna ideja - ustanovitev podjetja

Glede na statistiko v prometu o prometnih nesrečah s smrtnimi izidi in hujšimi poškodbami, se nam je porodila ideja o ustanovitvi podjetja, kjer bi s tečaji in izobraževanjem mladih, le-te poučili o varnosti na cestah. Če pogledamo naslednje tabele po statistiki, vidimo, da je še vedno, kljub temu da je število mrtvih malce upadlo, preveč prometnih nesreč.

Z ustanovitvijo podjetja "ŠOLA VARNE VOŽNJE ZA MLADE VOZNIKE" upamo, da bomo potrkali na zavest mladih voznikov in jim vzbudili občutek, da na cesti niso sami. Preučili smo populacijo mladih bodočih voznikov in ugotovili, da bi podjetje lahko poslovalo finančno ugodno.



Graf 1: Statistika umrlih v prometnih nesrečah na slovenskih cestah od leta 2003 do 2008,

Vir: http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx

4 RAZISKOVALNI DEL

4.1 Raziskava stanja mladih voznikov v prometu

4.1.1 Opredelitev problema za raziskavo

Problem voznških navad mladih voznikov v Sloveniji je zelo slabo raziskan. Mladi se pogosto ne zavedajo, kaj lahko storijo z nepremišljeno in neprimerno vožnjo. Dejstvo je, da se mladi vozniki ne odzovejo za volanom dovolj hitro v primeru, ko bi lahko še preprečili nesrečo, saj niso toliko vešči v obračanju volana kot starejši izkušeni vozniki. Problem je v tem, da ne poznajo meja med zaužito količino alkohola in vožnjo avtomobila.

Opiti vozniki pogosto podcenjujejo hitrost, s katero vozijo, saj v opitem stanju ne znajo oceniti hitrosti in mislijo, da vozijo 80 km/h, v resnici pa vozijo 130 km/h. Alkohol povzroči upadlost sposobnosti za časovno orientacijo, za hitrost, natančnost ter vpliva na spomin. Prav tako je problem pri mladih uživanje mamil pred vožnjo. Voznik, ki je pod vplivom mamil, ni zbran, čustveno je nestabilen in halucinira, kar pripomore k še večji možnosti povzročitve splošne nevarnosti na cesti in prometne nesreče.

Tudi utrujenost bi bil lahko dejavnik tveganja. Dejstvo je, da se mladi precenjujejo in se ne odločijo za postanek in počitek, ampak bodo vztrajali, da niso utrujeni in nadaljevali vožnjo. Ignorirajo svojo utrujenost, ker se počutijo fizično vzdržljivi in so neučakani. Le za nekaj sekund zaprejo oči in že so lahko na nasprotnem voznem pasu in katastrofa je neizbežna.

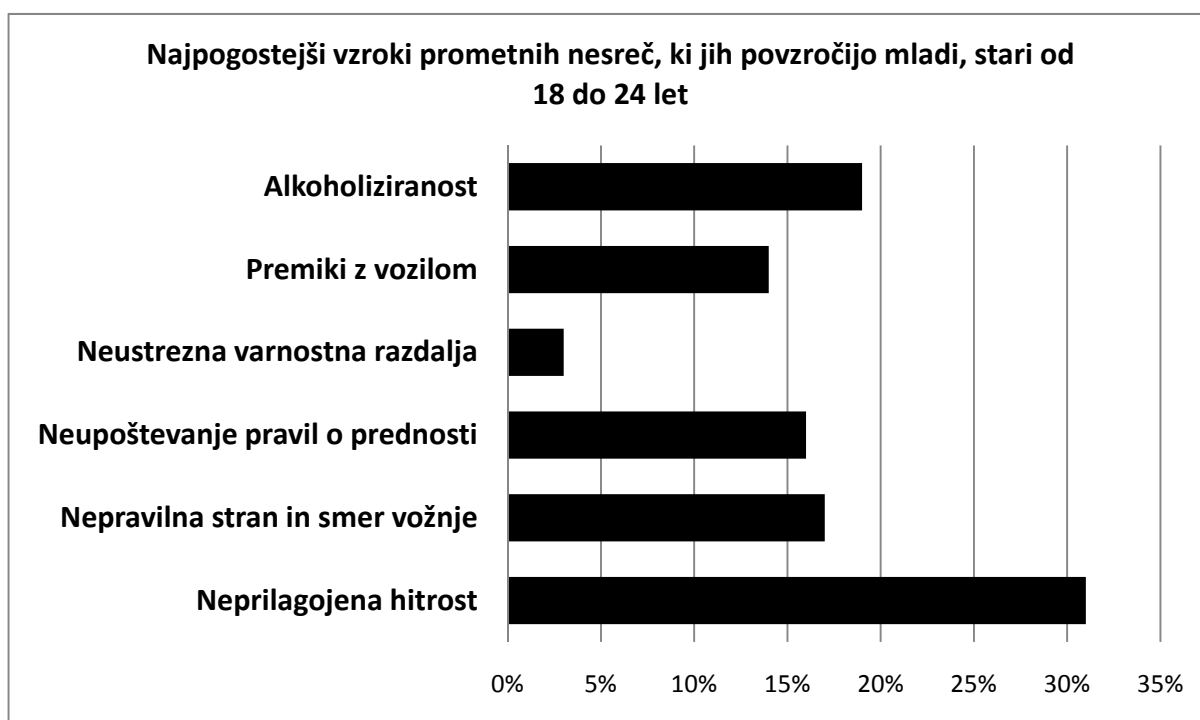
4.1.2 Osnove za raziskavo

Osnove za raziskavo so nam bili statistični podatki, ki kažejo, da so mladi med 15. in 24. letom starosti ena najbolj rizičnih starostnih skupin v prometu, zlasti zaradi neizkušenosti, življenjskega stila, iskanja tveganj, izzivov in lastnih poti ter nenazadnje uporništv, ki se kaže tudi v nespoštovanju prometnih pravil in predpisov. Mladi vozniki želijo uživati v življenju. Vozijo nevarno in precenjujejo sebe in svoje voznške sposobnosti. Nimajo dovolj izkušenj in prakse z upravljanjem vozila. Najbolj tvegano obdobje je prvo leto po opravljenem izpitu za različne kategorije motornih vozil.

Statistika o prometnih nesrečah je neizprosna. Vsak četrti umrli voznik osebnega avtomobila je iz starostne skupine med 18 in 24 let. Vozniki osebnih avtomobilov iz te starostne skupine povzročijo skoraj petino vseh prometnih nesreč. Prometne nesreče pa so velikokrat povezane tudi z vožnjo pod vplivom alkohola. Mladi med 18. in 24. letom med alkoholiziranimi povzročitelji prometnih nesreč predstavljajo 19-odstotni delež.

Mladi vozniki so pogosto udeleženi v nesrečah ponoči. Pri raziskovanju dogodkov pred nesrečo se zelo pogosto ugotovi, da so sedli za volan preutrujeni, in sicer po obisku diskotek, lokalov in zaužitju prevelike količine alkoholnih pijač ali drog. Slabša vidljivost ponoči, neustrezna ocena ovinka ali prepozno reagiranje imajo hude posledice. K temu lahko prištejemo še agresivno vožnjo, spodbujanje s strani sopotnikov in pretirano samozavest.

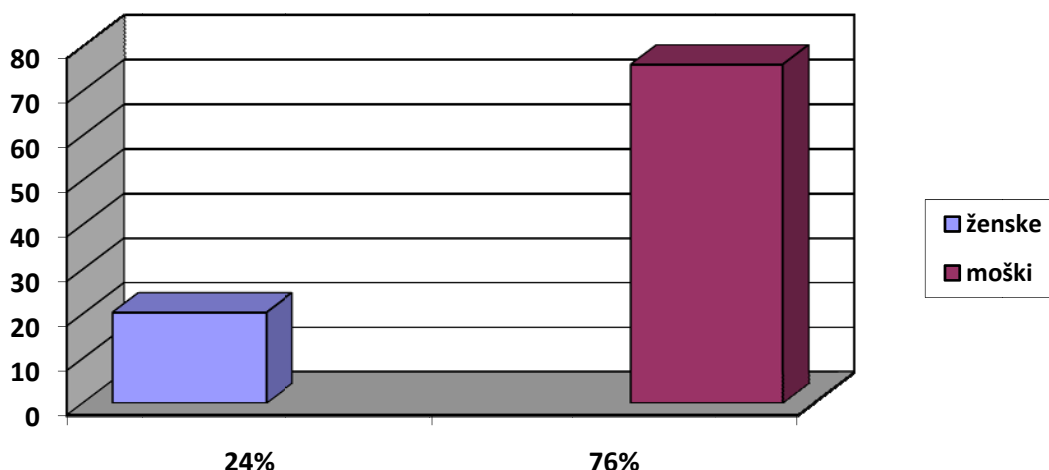
Najpogostejši vzrok prometnih nesreč, ki jih povzročijo mladi, stari od 18 do 24 let, je nepravilna hitrost v 31 %. Sledijo ji nepravilna stran in smer vožnje v 17 %, neupoštevanje pravil o prednosti v 16 %, neustrezna varnostna razdalja v 3 % in premiki z vozilom v 14 %. Mladi, stari od 18 do 24 let, predstavljajo med alkoholiziranimi povzročitelji kar 19-odstotni delež. Najpogostejša vzroka prometnih nesreč alkoholiziranih povzročiteljev v tej starostni skupini sta nepravilna hitrost in nepravilna stran ter smer vožnje.



Graf 2: Najpogostejši vzroki prometnih nesreč

Vir: http://www.policija.si/images/stories/NovinarskoSredisce/SporocilaZaJavnost/2009/oktober/15-noc_brez_pn/Gradivo_policije_Smolej.pdf

Med vsemi povzročitelji nesreč v tej starostni skupini je 76 % moških in 24 % žensk.



Graf 3: Povzročitelji po spolu

Vir: http://www.policija.si/images/stories/NovinarskoSredisce/SporocilaZaJavnost/2009/oktober/15-noc_brez_pn/Gradivo_policije_Smolej.pdf

4.1.3 Ugotovitve iz raziskave

Anketo smo opravili v 200 primerih, od tega za vsak spol po 100 anketiranih. Iz ankete smo ugotovili, da so ženske voznice v večini primerov mnogo previdnejše kot fantje. Vinjene skoraj ne sedejo za volan. Moška populacija pa brez pomislekov sede za volan, ne glede na količino zaužitega alkohola. Tudi "frajerišenje", divja vožnja, vožnja mimo vseh predpisov, nepravilno razvrščanje, izsiljevanje prednosti in vožnja čez rumeno in rdečo luč pripada večini moškim voznikom, ki zraven vsega še v avtomobilu telefonirajo in kadijo. Zanimivo pa je, da tudi ženska populacija po anketi v 90 % uporablja mobilni telefon med vožnjo, a le 5 % žensk uporablja mobilni telefon in še kadi. Pri moških oziroma fantih pa je odstotek kajenja v avtomobilu in hkrati telefoniranja dosti višji, saj znaša 38 % vseh anketiranih.

Iz ankete je bilo spoznano tudi dejstvo, da med 18. in 20. letom starosti pridobi vozniški izpit le 15 % ženske populacije, moške pa kar 82 %. Iz raziskave smo tudi ugotovili, da je 67 % moških voznikov mlajših kot 28 let že povzročilo prometno nesrečo, ženske pa le v 13 %. Kot mlade voznice so ženske dosti previdnejše, vozijo po predpisih in le redko sedejo vinjene za volan.

4.1.4 Osnove iz raziskave stanja mladih voznikov v prometu za snovanje ideje o šoli varne vožnje

Iz opravljenih raziskav smo ugotovili, da bi bilo dobro ustanoviti šolo varne vožnje, kjer bi morda s pomočjo na državni ravni urejenega zakona o obveznosti obiskovanja šole varne vožnje in ob anketi, bila to dobra poslovna priložnost. Ob zagotovljenih pogojih dela in ob dobro pripravljeni zasnovi in organiziranosti šole varne vožnje, bi bila le-ta dobičkonosna.

4.2 Raziskava uporabnikov šole varne vožnje

4.2.1 Opredelitev problema za raziskavo in pripomočki

V praksi veliko uporabnikom znanje iz CPP ne prinese dovolj znanja, ki ga potrebujejo, da se varno počutijo v cestnem prometu. Kot pripomoček za raziskavo smo izvedli anketo med bodočimi in sedanjimi uporabniki motornih vozil.

4.2.2 Analiza odgovorjenih anket

Po analizi anketnih odgovorov smo ugotovili, da bi šolo varne vožnje uporabljala večina uporabnikov, ki še nimajo opravljenega voznškega izpita. Za uporabnike vozil, ki imajo že opravljene voznške izpite, pa bi uporabljali šolo varne vožnje večinoma ženske in pa starejša populacija, ki še nima opravljenega izpita več kot 3 leta.

4.2.3 Ugotovitve iz raziskave za oblikovanje poslovnega načrta

Pri oblikovanju poslovnega načrta smo upoštevali možnosti pridobitve najetja kreditov, nabavo poslovnih prostorov in vse skupaj preračunali na ceno uporabnika šole varne vožnje. Dejstvo je, da bi bilo v primeru 1.200 uporabnikov letno zagotovljeno pozitivno poslovanje podjetja SAR d. o. o.

5 POSLOVNI NAČRT PODJETJA SAR D. O. O.

5.1 Predstavitev poslovne zamisli

Podjetje se bo imenovalo SAR d. o. o. Ukvarjalo se bo z usposabljanjem voznikov motornih koles in bo izvajalo šolo varne vožnje z motornimi kolesi. Usposabljali bomo delavce MNZ, delavce MORS, delavce MZ in ostale naključne fizične osebe. Zamisel za ustanovitev podjetja je nastala na podlagi dolgoletnih izkušenj vseh zaposlenih v vožnji z motornimi kolesi in poznavanju posledic neizkušenosti v cestnem prometu. Menimo, da so motorna kolesa vedno bolj dostopna, saj so vedno cenejša, kupna moč prebivalstva pa je vedno večja. Posledica tega je, da je iz leta v leto v republiki Sloveniji vedno več registriranih motornih koles. Trend naraščanja števila voznikov motornih koles je tudi posledica vedno večje gostote prometa, pri čemer motorno kolo predstavlja hitrejši in cenejši dostop do zelenega cilja. Žal pa se s tem na naših cestah močno zmanjšuje prometna varnost, namreč, vedno več smrtnih žrtev je prav med vozniki motornih koles.

5.2 Smoter, cilji in strategija poslovanja

5.2.1 Smoter poslovanja

Poslanstvo našega podjetja je navaditi voznike na varno in strpno vožnjo ter jim v času šolanja pokazati, kako je varna vožnja in znanje pomembno za življenje na cestah.

5.2.2 Cilji poslovanja

Kratkoročni:	Dolgoročni:
v obdobju tretjega in četrtega leta poslovanja zaposliti po enega inštruktorja	nabaviti simulator za vožnjo z motornim kolesom
nabaviti tri nova motorna kolesa	poslovanje nameravamo razširiti v izposajo motornih koles
posodobiti prostore za teoretični del usposabljanja	odprtje še enega centra na območju osrednje Slovenije

Tabela 2: Cilji poslovanja

Vir: Lasten vir

5.2.3 Strategija poslovanja (Kako doseči cilje?)

S profesionalnim pristopom in delom bomo poskušali pridobiti čim več strank in s tem povečati povpraševanje, pri čemer se bo pojavila potreba po novem delavcu in večjem številu motornih koles. Sodelovali bomo z ministrstvi, katerih delavci med službo uporabljajo motorna kolesa, prav tako pa bomo vzpostavili stik s pristojnimi na srednjih šolah na širšem območju Maribora.

5.3 Panoga, podjetje in ponudba

5.3.1 Panoga

- 85.53 Dejavnost voznških šol
- 85.530 Dejavnost voznških šol

5.3.2 Organizacijska oblika

Organizacijska oblika	d. o. o. - družba z omejeno odgovornostjo
Naziv:	SAR d. o. o.
Naslov:	Hajdoše št. 35
Poštna številka in kraj:	2112 Hajdoše
Telefon:	02 654-09-87
GSM:	041 765-432
Fax:	02 654-09-88
E-mail:	solavarnevoznje@siol.net
Spletna stran:	www.varni-motor.si
Lastniki:	Sebastijan DOLENC
Direktor:	Sebastijan DOLENC

Tabela 3: Osnove zamišljenega podjetja SAR d. o. o.

Vir: Lasten vir

5.3.3 Predmet ponudbe

Izobraževanje, izpopolnjevanje in usposabljanje za pridobitev dovoljenja za vožnjo avtomobila in drugih motornih vozil, pilotiranje letal, vodenje čolnov in ladij, razen za poklicne voznike oziroma za pridobitev javno veljavne izobrazbe oziroma naziva poklicne/strokovne izobrazbe ter strokovnih/znanstvenih naslovov.

5.3.4 Predstavitev ekipe

Priimek in ime	Funkcija v podjetju	Izobrazba	Izkušnje
Sebastijan Dolenc	Direktor	dipl. inž. prometa	15 let policist
Samuel Kanižar	Inštruktor	dipl. inž. prometa	17 let policist motorist
Sašo Modic	Inštruktor	dipl. ekonomist	6 let inštruktor za vožnjo A in B kategorije
Peter Ostrž	Vzdrževalec tehničnih zadev	strojni tehnik	8 let tehnični preglednik na AMZS
Vlado Pivec	Zdravstveni delavec	zdravstveni tehnik	10 let reševalec na motornem kolesu

Tabela 4: Predstavitev ekipe podjetja SAR d. o. o.

Vir: Lasten vir

5.4 Tržišče

5.4.1 Analiza trga

5.4.1.1 Tržni segment kupcev

Naše storitve bodo uporabljali vozniki začetniki, osnovnošolci in srednješolci, ter tudi starejša populacija, ki si želi varne vožnje z motornimi kolesi in avtomobili.

Segmentacija uporabnikov glede na namen uporabe motornega kolesa:

- uporabniki motornih koles na delovnih mestih,
- uporabniki motornih koles v prostem času.

Segmentacija uporabnikov glede na vrsto motornega kolesa:

- vozniki športnih cestnih motorjev,
- vozniki potovalnih motorjev,
- vozniki endur,
- vozniki chooper motorjev,
- vozniki trikoles.

5.4.1.2 Lokacija kupcev doma

Osredotočili se bomo na lokacijo Maribora in okolice oziroma Podravske regije ter na osnovne in srednje šole v Mariboru in bližnji okolici.

5.4.1.3 Lokacija kupcev v tujini

Tuji tržni segment žal ne bo uporabljal naših storitev.

5.4.1.4 Trendi v prodaji

Glede na to, da je najbližje tako podjetje v Murski Soboti, predvidevamo, da bo trend zanimanja za naše storitve velik, saj bodo naše storitve uporabljali tako osnovnošolci, srednješolci kot odrasli.

5.4.1.5 Značilnosti trga

Promet je vedno gostejši, pri čemer pa motorno kolo predstavlja hitrejši in cenejši dostop do zelenega cilja. Žal pa se s tem na naših cestah močno zmanjšuje prometna varnost, namreč, vedno več smrtnih žrtev je prav med vozniki motornih koles. Za zmanjšanje števila smrtnih žrtev v cestnem prometu se zavzema celotna Evropa z Nacionalnim programom varnosti v cestnem prometu, katerega podpira in ga preko Sveta za preventivo in vzgojo v cestnem prometu v sodelovanju z MNZ izvaja tudi Republika Slovenija, kar pomeni, da ima podjetje realne možnosti, da si od države pridobi vso podporo s subvencioniranjem določenih programov usposabljanja.

5.4.1.6 Nakupne navade kupcev

Vse več staršev kupuje najstnikom motorna kolesa in varna vožnja je osnovni pogoj, da le-ti ne povzročajo nesreč. Mi jim bomo zavest varne vožnje vcepili v kri, da bi preprečili nesreče in ohranili življenja na cestah.

5.4.1.7 Analiza kupcev ali predstavnikov ključnih kupcev

Ključni uporabniki naših storitev:

- 18–21 let (vozniki začetniki) – najstniki, moški in ženske,
- 21–35 let (najbolj kritična skupina voznikov motornih koles), moški in ženske,
- 35–50 let (avanturistični vozniki), moški in ženske,
- 50 let in več (nostalgični vozniki), moški in ženske.

5.4.2 Analiza konkurence

5.4.2.1 Ključni konkurenti:

Na trgu v republiki Sloveniji s podobno storitvijo trenutno deluje Španik d. o. o. s sedežem v Murski Soboti. Je edino konkurenčno podjetje in ima trenutno 100 % tržni delež. Ima primerljivo opremo in ponudbo.

5.4.2.2 Značilnosti vodilne konkurence:

Konkurenca se oglašuje preko interneta in jumbo plakatov v Murski Soboti.

5.4.2.3 Prednosti konkurence:

Prednost tega podjetja je, da je na tržišču že uveljavljeno.

5.4.2.4 Slabosti konkurence:

Njihova slabost je lokacija, saj so nastanjeni v severovzhodnem delu Slovenije, zaradi česar bodo potencialni kandidati iz ostalih delov Slovenije uporabljali naše usluge. Nadalje je njihova slabost ta, da nimajo sklenjenih pogodb z delavci javne uprave.

5.4.2.5 Cene konkurence:

Cena njihovih storitev je 125,00 € za enega udeleženca šole varne vožnje.

5.4.2.6 Način prodaje pri konkurenci:

Zaradi lokacije konkurence (oddaljenost) vidimo veliko potrebo po naših storitvah predvsem v drugih delih Slovenije.

5.4.2.7 Tržni nastop konkurence:

Konkurenca nastopa na trgu dokaj mačehovsko, saj so edini v tej branži, zato nastopajo samo na ožjem področju in po preverjenih poteh, brez alternativ.

5.4.3 SWOT analiza podjetja SAR d. o. o.

PREDNOSTI:	SLABOSTI:
- lasten poligon,	- možnost poškodb tečajnikov,
- neposreden kontakt z odjemalci storitev,	- možnost okvar in poškodb motornih koles,
- izpolnitev vseh želja in potreb odjemalcev,	- mrtva sezona v zimskem obdobju.
- usposobljen kader z izkušnjami.	
MOŽNOSTI:	NEVARNOSTI:
- posluh države in njena pomoč pri nabavi opreme,	- vstop novih podjetij na področju SV Slovenije,
- povezovanje z AMZS in njihovimi člani,	- konkurenca iz bližnjih držav EU (Avstrije in Madžarske)
- razširitev ponudbe z oddajanjem motornih koles.	- negodovanje krajanov.

Tabela 5: SWOT analiza podjetja SAR d. o. o.

Vir: Lasten vir

5.5 Tržni cilji in strategija trženja

Želen tržni delež (označi z X)		Leto 1	Leto 2	Leto 3	Leto 4
do 5 %		X			
5–15 %			X	X	
nad 15 %					X
profesionalci		59 %	53 %	49 %	45 %
amaterji		31 %	47 %	51 %	55 %
Po spolu:	moški	90 %	89 %	87 %	85 %
	ženske	10 %	11 %	13 %	15 %
Po starosti:	18–21 let	35 %	35 %	35 %	35 %
	21–35 let	40 %	40 %	40 %	40 %
	35–50 let	22 %	40 %	40 %	40 %
	nad 50 let	3 %	3 %	3 %	3 %
Želene oblike prodaje		- samostojna prodaja 70 % - preko posrednikov 30 %			
Želene lokacije prodaje doma		Leto 1	Leto 2	Leto 3	Leto 4
		Poligon Hajdoše			
Cenovna politika		Konkurenčna cena			
Politika konkurenčnosti		- v kakovosti - v ceni - v prodajnih pogojih			
Politika reklamiranja		- ključno reklamno sporočilo: Varno na motociklu - ključni reklamni mediji: radio, reklama od ust do ust, prodaja od vrat do vrat			

Tabela 6: Tržni cilji in strategija trženja podjetja SAR d. o. o.

Vir: Lasten vir

5.6 Načrt tržne strategije

5.6.1 Strategija izkoriščanja možnosti in prednosti - premagovanj ovir in slabosti

Naš najosnovnejši ciljni trg so državne institucije, predvsem ministrstva za notranje zadeve, obrambo in zdravje, saj v teh ustanovah uporabljajo veliko motornih koles. Ostali odjemalci naših storitev bodo fizične osebe. Veliko število motoristov se združuje tudi v klube, ki jim bomo namenili še posebno pozornost.

Zavedamo se, da bodo naše stranke predvsem moški, zato želimo na naše tečaje privabiti čim več žensk. Slogan "Tudi lepota in nežnost se lahko skrivata pod čelado" bo osnova naše akcije pridobivanja tečajnic.

Potrebe tečajnikov so seveda najrazličnejše, saj nekateri uporabljajo motorno kolo v službene namene, drugi z njimi potujejo, spet tretji se le ob vikendu malo peljejo naokoli. Na osnovi tega se bomo lotili izobraževanja in tako v največji možni meri prisluhnili željam in potrebam naših strank, hkrati pa zasloveli kot prijazna in prilagodljiva organizacija.

Z aktivnostmi na omenjenih ciljnih trgih ne bi smel biti problem zagotoviti načrtovanega števila tečajnikov za prvo leto našega poslovanja. Rast pa bo seveda odvisna od kvalitete naših storitev. Z ozirom na že omenjeno povečevanje števila voznikov motornih koles in zavedanja, da vozniki tečaja ne opravijo enkrat za zmeraj, temveč morajo svoje znanje redno nadgrajevati, se nam tudi za rast ni bati. To pa je tudi naša osnovna prednost pred za enkrat edinim konkurentom, saj se ta ukvarja z izobraževanjem voznikov motornih koles zgolj kot z dodatno dejavnostjo svoje avtošole.

Zelo širokih oglaševalskih akcij ob našem vstopu na trg se tudi zaradi skromnejšega začetnega proračuna ne bomo mogli lotevati. Seveda pa se bomo intenzivno lotili tudi spletnega oglaševanja, obveščanja najrazličnejših klubov in interesnih združenj, razdeljevanja letakov, uporabili pa bomo tudi druge kanale, kot je na primer Svet za preventivo in vzgojo v cestnem prometu in podobno.

Posebno pozornost pa bomo namenili tudi tistim, ki bodo pri nas tečaj že opravili. Kot že rečeno, znanje s področja vožnje motornih koles je treba redno nadgrajevati. Zato bomo naše tečajnike redno obveščali o novostih iz našega programa, o ponudbi, se zanimali za njihove izkušnje in jih seveda s cenovno politiko stimulirali, da se bodo vedno znova vračali na naše tečaje in s seboj pripeljali tudi tiste, ki tečaja še niso opravili.

5.6.2 Strategija pridobivanja in ohranjanja kupcev

S profesionalnim pristopom in delom bomo poskušali pridobiti čim več strank in s tem povečati povpraševanje, pri čemer se bo pojavila potreba po novem delavcu in večjem številu motornih koles. Sodelovali bomo z ministrstvi, katerih delavci med službo uporabljajo motorna kolesa, prav tako pa bomo vzpostavili stik s pristojnimi na srednjih šolah na širšem območju Maribora.

5.6.3 Strategija konkurenčnosti

Strategijo konkurenčnosti vidimo predvsem v lokaciji in sklenitvi pogodb z državo oz. ministrstvi.

5.6.4 Strategija vstopanja na trg, reklamiranja in promoviranja

S profesionalnim pristopom in delom bomo poskušali pridobiti čim več strank in s tem povečati povpraševanje, pri čemer se bo pojavila potreba po novem delavcu in večjem številu motornih koles. Sodelovali bomo z ministrstvi, katerih delavci med službo uporabljajo motorna kolesa, prav tako pa bomo vzpostavili stik s pristojnimi na srednjih šolah na širšem območju Maribora.

5.6.5 Strategija rasti obsega trženja

- nabaviti simulator za vožnjo z motornim kolesom,
- poslovanje nameravamo razširiti v izposajo motornih koles,
- odprtje še enega centra na območju osrednje Slovenije.

5.6.6 Cenovna politika

Od konkurence bomo za cca 6 % dražji, vendar pa bomo za omenjeno ceno ponujali malico in plastenko izotonične pijače. V kolikor se bodo tečaja udeležile skupine od 8 do 10 tečajnikov, bomo nudili 10 % popust. Ko bomo na tečaj privabili tudi srednješolce, bomo le tem v primeru skupine 10 tečajnikov hkrati, nudili 20 % popust. Ti bodo seveda uporabljali kolesa z

motorjem, kar bo za nas predstavljalo nižje stroške. Prva tako bomo nudili 10 % popust osebam, ki bodo tečaj opravljale z lastnim motornim kolesom.

5.6.7 Kalkulacija izbranega reprezentanta

Reprezentant:	En tečaj šole varne vožnje
Osnove za kalkulacijo:	Delež reprezentanta v strukturi prihodka: 100 %
	Načrtovana količina reprezentanta letno: 1200 udeležencev.
Druga predvidevanja:	Kalkulacija v EUR
	Strošek nabave: 0,00 €
Strošek dela: SKUPAJ: 80,00 € (96.000,00 € / 1200 tečajnikov = 80,00 €/tečajnik)	
Strošek poslovanja:	
Zavarovanje poligona	1.200,00 €
Zavarovanje motorjev	600,00 €
Zavarovanje koles z motorjem	150,00 €
Ogrevanje	720,00 €
Elektrika	600,00 €
Voda	600,00 €
SKUPAJ: 3,225 € (3870,00 €/1200 tečajnikov = 3,225 €/tečajnika)	
Amortizacija:	
Celoten kompleks	10.000,00 €
Motorji	6.000,00 €
Kolesa z motorjem	1.500,00 €
Multimedijska oprema	1.500,00 €
SKUPAJ: 15,83 € (19.000,00 € / 1200 tečajnikov = 15,83 €/tečajnika)	
Drugi stroški:	
Nepredvideni stroški	2.400,00 € letno
Stroški reklame in tiskovin	3.600,00 € letno
Malica za tečajnike	1.800,00 € letno
Stroški potrošnega materiala	10.600,00 € letno
SKUPAJ: 15,33 € (18.400,00 €/1200 tečajnikov = 15,33 €/tečajnika).	
Lastna cena:	114,385 €
Želen dobiček (marža):	15,615 €
Neto prodajna cena:	130,00 €

Tabela 7: Kalkulacija

Vir: Lasten vir

5.6.8 Napoved prodaje

V prvem letu poslovanja nameravamo prodati 1200 tečajev.

Pogoji za pesimistično prodajo so lahko:

- vremenski pogoji,
- zvišanje zavarovalnih premij za motorna kolesa,

- dodatna konkurenca.

Pogoji za optimistično prodajo:

- subvencija države,
- dobra reklama.

vrsta proizvoda/storitve/ prihodka - domači trg	plan 2009		plan 2010		plan 2011		plan 2012	
	količina	vrednost	količina	vrednost	količina	vrednost	količina	vrednost
tečaj varne vožnje	1.200	156.000	1.320	171.600	1.452	188.760	1.597	207.610
A. SKUPAJ ČISTI PRIHODKI OD PRODAJE NA DOMAČEM TRGU	1.200	156.000	1.320	171.600	1.452	188.760	1.597	207.610
B. SKUPAJ ČISTI PRIHODKI OD PRODAJE NA TRGU EU	0	0	0	0	0	0	0	0
C. SKUPAJ ČISTI PRIHODKI OD PRODAJE NA TRGU IZVEN EU	0	0	0	0	0	0	0	0
D. SKUPAJ PRODAJA	1.200	156.000	1.320	171.600	1.452	188.760	1.597	207.610
E. DRUGI POSLOVNI PRIHODKI (subvencije, dotacije, ipd.)		0		0		0		0
F. KOSMATI DONOS OD POSLOVANJA		156.000		171.600		188.760		207.610

Tabela 8: Napoved prodaje in prihodkov iz poslovanja

Vir: Lasten vir

5.6.9 Nabava

Nabavljali bomo:

- gorivo, maziva,
- rezervne dele za motorna kolesa in kolesa z motorjem,
- opremo za nadomestitev dotrajane opreme poligona,
- pisarniški material, promocijski material, čistila,
- živila.

Ključni dobavitelji bodo:

- PETROL,
- Avto ROMA,
- tiskarstvo ČRNČEC,
- SK Company,
- Malica d. o. o.

Od dobaviteljev bomo zahtevali ugodne rabate in popuste, ker bomo plačevali sprotno.

Vrsta nabave	leto 1	leto 2	leto 3	leto 4
Gorivo	4.800,00	5.280,00	5.808,00	6.388,80
Maziva	300,00	330,00	363,00	399,30
Pnevmatike	900,00	990,00	1.089,00	1.197,90
Rezervni deli	2.000,00	2.200,00	2.420,00	2.662,00
Pisarniški material	200,00	220,00	242,00	266,20
Čistila	600,00	660,00	726,00	798,60
Tiskovine	1.800,00	1.980,00	2.178,00	2.395,80
Živila	1.800,00	1.980,00	2.178,00	2.395,80
Nabava skupaj	16.300,00	17.930,00	19.723,00	21.431,10

Tabela 9: Nabava materiala

Vir: Lasten vir

5.6.10 Drugi vplivni tržni dejavniki

Trenutno je najpomembnejši tržni dejavnik seveda recesija in vsi problemi, ki so povezani z njo. Vendar pa to stanje za našo dejavnost ni nujno samo slabo, saj v teh časih še posebej pride do izraza potreba po poceni prevozu, varstvu okolja in podobno. Finančna kriza pa pogojuje težavnejše najemanje kreditov, kar bi znalo nekoliko otežiti začetek našega poslovanja. Toda ponudniki finančnih storitev še zmeraj finančno podpirajo perspektivne projekte in naš nedvomno je takšen.

Državni organi imajo močan vpliv na dejavnost, kot je naša. Z zakonskimi zahtevami lahko precej otežijo naše delo. Vendar je, po drugi strani, problem naraščanja poškodovanih in mrtvih v nesrečah z motornimi kolesi tako pereč, da se teh težav ne bojimo.

Dejavnik, na katerega nimamo vpliva, so sezonska nihanja cestnega prometa. Dejstvo je, da je vožnja z motornimi kolesi v veliki meri pogojena z vremenom. Zato se sezonskim vplivom pač nikoli ne bomo mogli v celoti izogniti. Zaradi tega bomo naše delovanje intenzivirali v obdobju od pomladi do jeseni.

5.7 Načrt organizacije in človeških virov

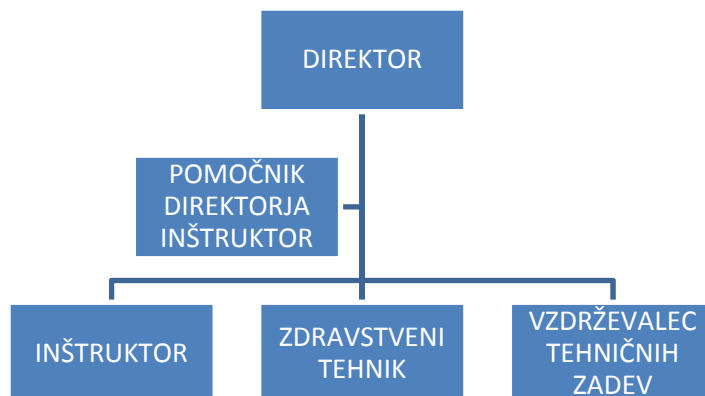
Opredelitev zaposlenih:

- direktor podjetja Sebastijan DOLENC, dipl. inž. prometa, bil zaposlen v policiji, kjer je 15 let opravljal dela in naloge policista motorista in inštruktorja za varno vožnjo motornih koles,
- pomočnik direktorja - inštruktor varne vožnje, Samuel KANIŽAR, dipl. inž. prometa, bil zaposlen v policiji, kjer je 17 let opravljal dela in naloge policista motorista in inštruktorja za varno vožnjo motornih koles,
- inštruktor varne vožnje, Sašo MODIC, dipl. ekonomist, bil zaposlen DURS, p.e. Maribor in bil inštruktor za vožnjo vozil "A" kategorije pri avtošoli MKS,
- vzdrževalec tehničnih zadev, Peter OSTREŽ, strojni tehnik, bil zaposlen AMZS Maribor, kjer je 8 let opravljal dela in naloge tehničnega preglednika motornih vozil,
- zdravstveni delavec, Vlado PIVEC, zdravstveni tehnik, bil zaposlen ZD Maribor, kjer je 10 let opravljal dela in naloge kot reševalec na motornem kolesu.

Notranja organizacija podjetja SAR d. o. o. bo temeljila na delitvi dela in izhajala iz dejavnosti, ki so določene v Pravilniku o pogojih za izvajanje programov izobraževanja, usposabljanja, vadbe varne vožnje in skupinskih delavnicah ter izdaji dovoljenj za izvajanje programov ter bo zagotavljala zlasti:

- strokovno, učinkovito, racionalno in usklajeno izvajanje nalog in delovnega procesa,
- učinkovit notranji nadzor nad izvajanjem nalog in delovnega procesa,
- usmerjenost k uporabnikom storitev in
- učinkovito sodelovanje z drugimi organizacijami, institucijami in javnostjo.

5.8 Makroorganizacijska oblika



Organigram podjetja SAR d.o.o.

Vir: Lasten vir

5.9 Vodilni kader

Direktor in njegov pomočnik sta ustrezno strokovno usposobljena, z določeno izobrazbo, znanjem in usposobljenostjo, kar dokazujeta z javno listino, ki izkazuje pridobljeno javno veljavno strokovno izobrazbo. Oba sta bila zaposlena v policiji, kjer sta več kot petnajst let opravljala službo policista motorista in inštruktorja za vožnjo motornih koles, svoje znanje pa sta dopolnjevala tudi pri avstrijskih inštruktorjih treninga varne vožnje, s svojim pedagoško pravilnim pristopom in s svojimi voznimi vedenji pa pozitivno vplivata na vse zaposlene in tečajnike.

5.10 Kadrovska projekcija

Opredelitev povprečne neto mesečne plače na zaposlenega	1.050,00 €
Opredelitev druge neto mesečne stroške dela na zaposlenega:	
- prehrana:	80,00 €
- regres:	50,00 €
- ostalo:	30,00 €
Skupaj:	1.210,00 €

Tabela 10: Stroški kadrovske projekcije

Vir: Lasten vir

5.11 Načrt stroškov dela

Načrtovano število novo zaposlenih: vpišite mesec predvidene zaposlitve	2009	2010	2011	2012
	plan	plan	plan	plan
Novo zaposleni 1. 1.	5		1	1
A. SKUPAJ ŠTEVILO ZAPOSLENIH DELAVCEV NA DAN 31.12.	5	5	6	7
B. POVPREČNO ŠTEVILO ZAPOSLENIH NA PODLAGI DELOVNIH UR V LETU	5,00	5,00	6,00	7,00
Stroški dela novo zaposlenih delavcev v EUR	Bruto strošek podjetja za delavca v EUR			
	na mesec		v letu	
A. POVPREČNA NETO PLAČA NOVO ZAPOSLENIH DELAVCEV	1.050		1.588	19.056
B. DRUGI STROŠKI DELA NOVO ZAPOSLENIH	160		160	1.920
Skupni stroški dela novo zaposlenih v EUR	2009	2010	2011	2012
	plan	plan	plan	plan
A. SKUPAJ STROŠEK BRUTO PLAČ NOVO ZAPOSLENIH	95.278	0	19.056	19.056
B. DRUGI STROŠKI DELA NOVO ZAPOSLENIH	9.600	0	1.920	1.920
C. SKUPAJ STROŠKI DELA NOVO ZAPOSLENIH (A+B)	104.878	0	20.976	20.976
Skupni stroški dela vseh zaposlenih v EUR	2009	2010	2011	2012
	plan	plan	plan	plan
A. SKUPAJ STROŠEK BRUTO BRUTO PLAČ ZAPOSLENIH	110.523	110.523	132.627	154.732
B. DRUGI STROŠKI DELA ZAPOSLENIH	9.600	9.600	11.520	13.440
C. SKUPAJ STROŠKI DELA (A+B)	120.123	120.123	144.147	168.172
Načrtovano število novo zaposlenih po stopnji strokovne izobrazbe	2009	2010	2011	2012
	plan	plan	plan	plan
I. Osnovnošolska				
II. Nižja poklicna (do 2 let)				
III. Nižja poklica (do 3 let)				
IV. Srednja poklicana				
V. Srednja strokovna ali splošna	2			
VI. Višja strokovna				
VII. Visokošolska ali univerzitetna	3		1	1
VII./2 Specializacija ali magisterij				
VIII. Doktorat znanosti				
ŠTEVILO ZAPOSLENIH DELAVCEV NA DAN 31.12.	5	5	6	7

Tabela 11: Načrt stroškov dela

Vir: Lasten vir

5.12 Drugi kadrovske in poslovni pogoji

Pogoji za izvajanje programa usposabljanja za varno vožnjo so določeni v Pravilniku o pogojih za izvajanje programov izobraževanja, usposabljanja, vadbe varne vožnje in skupinskih delavnic ter izdaji dovoljenj za izvajanje programov (Uradni list RS št. 70/2007).

5.12.1 Kadrovski pogoji

Teoretični in praktični del usposabljanja izvajajo inštruktorji, ki imajo za izvajanje programa potrebne reference:

1. Sebastijan DOLENC, dipl. ing. prom. stroke, spec., inštruktor varne vožnje,
2. Samuel KANIŽAR, dipl. ing. prom. stroke., inštruktor varne vožnje,
3. Sašo MODIC, dipl. ekonomist, inštruktor varne vožnje,
4. Vlado PIVEC, zdravstveni tehnik,
5. Peter OSTREŽ, vzdrževalec tehničnih zadev.

5.12.2 Materialni pogoji

Teoretični del usposabljanja se bo izvajal v predavalnici v velikosti 64 m², ki omogoča izvedbo programa usposabljanja za skupino najmanj 12 udeležencev, z ločenimi sanitarnimi prostori in dodatnim prostorom za zadrževanje in odmor udeležencev. Dostop do objekta ter dostop do učilnice in sanitarnih prostorov ustrezata merilom, ki jih narekujejo potrebe invalidov.

Za izvajanje teoretičnega dela programa izobraževanja in usposabljanja za varno vožnjo ima organizacija ustrezno učno gradivo. Predavalnica je opremljena z računalnikom, digitalnim projektorjem in ustrezno površino za projiciranje, s katero bomo tečajnike seznanili s slikovnimi in video posnetki resničnih prometnih situacij iz perspektive voznika ter analizo primerov tveganj in nevarnosti v cestnem prometu.

Prometno vadbeni center obsega približno 2.500 m² asfaltnih površin z vadbeno progo s stalno drsno površino dolžine 150 m in širine 15 m, z varnostnim prostorom širine 15 m ob vsaki strani in v dolžini 50 m na koncu drsne površine, pri kateri naklon drsne površine ne presega 2 %. Poligon s svojo gradbeno in tehnično konfiguracijo omogoča specialno usposabljanje voznikov motoristov. Za povezavo inštruktorja in tečajnika imamo radijske zveze z lastno frekvenco za vsako skupino tečajnikov.

5.13 Pogoji poslovanja

Predračunski stroški investicije/zagona podjetja v EUR	Znesek	%	Sredstva
1. Zemljišče	80.000		80.000
2. Poslovni prostor/zgradba/objekt	100.000		100.000
3. Stroji in oprema	47.500		47.500
4. Transportna vozila in oprema	0		0
5. Računalniki in računalniška oprema	1.500		1.500
A. STROŠKI MATERIALNIH INVESTICIJ	229.000	94,8	229.000
1. Licence in patenti	2.000		2.000
2. Tehnološka in nepatentirana tehnična znanja	0		0
3. Računalniški programi/programska oprema	1.000		1.000
B. STROŠKI NEMATERIALNIH INVESTICIJ	3.000	1,2	3.000
C. STROŠKI INVESTICIJ (A+B)	232.000	96	232.000
1. Nakup blaga in storitev v skladu z dejavnostjo	2.000		2.000
2. Delež prihodkov ustvarjenih izven EU	0		0
3. Promocijske aktivnosti	2.500		2.500
4. Drugo	5.000		5.000
D. STROŠKI OBRATNIH SREDSTEV	9.500	3,9	9.500
E. STROŠKI INVESTICIJE (A+B+D)	241.500	100,0	241.500
F. DODATNI PODATKI O INVESTICIJI			
1. Načrtovana ekonomska doba investicije		leta	
2. Mesec in leto zaključka investicije			

Tabela 12: Zagon/Investicija

Vir: Lasten vir

Viri financiranja stroškov investicije v EUR	Znesek	Delež v %	Načrt virov 2008
1. Lastna denarna sredstva	5.000		5.000
2. Druga lastniška sredstva	199.000		199.000
A. SKUPAJ LASTNA SREDSTVA	204.000	84,5	204.000
1. Posojila pri bankah in drugih pravnih in fiz. osebah	37.500		37.500
2. Posojilo pri skladih in sorodno	0		0
3. Posojilo lastnikov	0		
B. SKUPAJ POSOJILA	37.500	15,5	37.500
C. FINANČNI LEASING	0	0,0	0
D. SKUPAJ VIRI FINANCIRANJA (A+B+C)	241.500	100	241.500

Tabela 13: Viri financiranja/sredstev

Vir: Lasten vir

5.14 Kritična tveganja in problemi

Med kritična tveganja prištevamo: velika konkurenca, upadanje kupne moči, možnost vstopa novih konkurentov, morebitna problematika s kadrom oz. zaposlenimi, pomanjkanje kapitala za dokončno izvedbo vseh zastavljenih ciljev.

Proti konkurenci bomo nastopili tako, da se bomo borili s konkurenčnimi pogoji ter uvedli nov oz. boljši način pridobivanja in ohranjanja kupcev, tudi s prilagajanjem prodajnega programa. Zaposlene v podjetju bomo ustrezno nagrajevali. Konkurenco bomo premagovali predvsem z inovativno strategijo in nižjimi (kupcem dosegljivimi) cenami. Ker smo dinamično in k ciljem usmerjeno podjetje, lahko veliko resursov preusmerimo prav v učinkovito oglaševanje našega podjetja. Iskali bomo nove ideje, jih razvijali v smeri "biti boljši" kot konkurenti. Na ta način si bomo pridobili in okrepili konkurenčni položaj na tržišču, v kolikor bi imeli novo konkurenco. Na zelo dinamičnem trgu bomo skušali ostati v koraku s časom in se temu primerno prilagajati potrebam strank.

5.15 Terminski načrt

AKTIVNOSTI	TERMIN	KDO
Sestavljanje poslovnega načrta	do 31. 1. 2008	Sebastijan Dolenc, Samuel Kanižar
Nakup zemljišča	do 20. 2. 2008	Sebastijan Dolenc
Pridobitev posojila	do 15. 3. 2008	Sebastijan Dolenc
Izgradnja centra	do 10. 5. 2008	Gradbeno podjetje CMC Celje
Zaposlitev delavcev	do 1. 6. 2008	Sebastijan Dolenc
Opremljanje prostorov	do 31. 8. 2008	Vsi zaposleni
Nabava osnovnih sredstev	do 20. 10. 2008	Vsi zaposleni
Pridobitev licenc in dovoljenj	do 31. 12. 2008	Sebastijan Dolenc, Samuel Kanižar

Tabela 14: Terminski načrt

Vir: Lasten vir

5.16 Finančne projekcije

5.16.1 Načrt stroškov poslovanja

Vrsta stroška v EUR	2009	2010	2011	2012
	plan	plan	plan	plan
A. NABAVNA VREDNOST PRODANEGA BLAGA	0	0	0	0
1. Stroški surovin in osnovnega materiala	0	0	0	0
2. Stroški pomožnega materiala	4.800	5.280	5.808	6.388
3. Stroški nadomestnih delov za osnovna sredstva	3.200	3.520	3.872	4.259
4 Drugi stroški materiala	2.600	2.860	3.146	3.460
B. SKUPAJ STROŠKI PORABLJENEGA MATERIALA (1+2+3+4)	10.600	11.660	12.826	14.107
1. Stroški promocijskih aktivnosti	1.800	1.980	2.178	2.396
2. Stroški storitev pri izdelavi proizvodov	0	0	0	0
3. Stroški prevoznih storitev	0	0	0	0
4. Stroški storitev v zvezi z vzdrževanjem	0	0	0	0
5. Stroški najemnin	0	0	0	0
6. Stroški drugih storitev	0	0	0	0
C. SKUPAJ STROŠKI BLAGA, MATERIALA IN STORITEV (A+B+C)	12.400	13.640	15.004	16.503
D. DRUGI POSLOVNI ODHODKI				

Tabela 15: Stroški blaga, materiala in storitev

Vir: Lasten vir

A. ZA NEOPREDMETENA SREDSTVA:	10,0 %			
B. ZA OPREDMETENA OSNOVNA SREDSTVA:				
1. Poslovni prostori/zgradba	5,0 %			
2. Oprema, vozila, mehanizacija	25,0 %			
3. Računalniki in računalniška oprema	50,0 %			
4. Drugo	10,0 %			
Višina stroška amortizacije v EUR	2009 plan	2010 plan	2011 plan	2012 plan
A. NEOPREDMETENA SREDSTVA	300	300	300	300
1. Poslovni prostori/zgradba	5.000	5.000	5.000	5.000
2. Oprema, vozila, mehanizacija	11.875	11.875	11.875	11.875
3. Računalniki in oprema	750	750	0	0
4. Drugo	0	0	0	0
B. SKUPAJ OPREDMETENA OSNOVNA SREDSTVA (1+2+3+4)	17.625	17.625	16.875	16.875
C. SKUPAJ (A+B)	17.925	17.925	17.175	17.175
Stanje na dan 31.12. leta v EUR	2009 plan	2010 plan	2011 plan	2012 plan
A. NEOPREDMETENA SREDSTVA	2.700	2.400	2.100	1.800
1. Zemljišče	80.000	80.000	80.000	80.000
2. Poslovni prostori/zgradba	95.000	90.000	85.000	80.000
3. Oprema, vozila, mehanizacija	35.625	23.750	11.875	0
4. Računalniki in računalniška oprema	750	0	0	0
5. Drugo	0	0	0	0
B. OPREDMETENA OSNOVNA SREDSTVA (1+2+3+4+5)	211.375	193.750	176.875	160.000
C. SKUPAJ (A+B)	214.075	196.150	178.975	161.800

Tabela 16: Letne amortizacijske stopnje v % - izračun planirane amortizacije

Vir: Lasten vir

5.16.2 Finančne in poslovne obveznosti

B. POVPREČNI ČAS KRATKOROČNIH POSLOVNIH OBVEZNOSTI V LETIH 2008 DO 2011 V DNEVIH	30	Koefficient obračanja obveznosti v letih 2009 do 2012			12,17
Stanje obveznosti in vrednost dobav financiranih od dobaviteljev v EUR		2009 plan	2010 plan	2011 plan	2012 plan
A. STANJE KRATKOROČNIH POSLOVNIH OBVEZNOSTI NA DAN 31.12.		1.019	1.121	1.233	1.356
B. VREDNOST DOBAV, KI JIH FINANCIRAJO DOBAVITELJI V LETU		84	92	101	111
C. STANJE DOLGOROČNIH POSLOVNIH OBVEZNOSTI NA DAN 31.12.			0	0	0

Tabela 17: Poslovne obveznosti

Vir: Lasten vir

5.16.3 Finančne obveznosti

Načrtovana nova posojila	višina glavnice v €	obrestna mera	mesec in leto najema/ porabe	število obrokov v mesecih
1. Pri bankah leto 1	37.500	2,0 %	jan. 09	48
2. Pri drugih pravnih in fizičnih osebah leto 1	0		jan. 09	48
3. Posojilo lastnikov leto 1	0		jan. 09	48
A. SKUPAJ DOLGOROČNA POSOJILA (1+2+3)	37.500			
1. Kratkoročno posojilo leto 1			jan. 09	12
2. Kratkoročno posojilo leto 2			jan. 10	12
3. Kratkoročno posojilo leto 3			jan. 11	12
B. SKUPAJ KRATKOROČNA POSOJILA (1+2+3)	0			
C. SKUPAJ POSOJILA (A+B)	37.500			
Stanje kreditov in odplačil glavnice in obresti v €	2009	2010	2011	2012
	plan	plan	plan	plan
1. Stanje dolgoročnih kreditov na dan 31.12. leta	28.299	18.983	9.551	0
2. Stanje kratkoročnih kreditov na dan 31.12. leta	0	0	0	0
A. SKUPAJ STANJE KREDITOV NA DAN 31.12. LETA (1+2)	28.299	18.983	9.551	0
1. Odplačila dolgoročnih kreditov v letu	9.615	9.615	9.615	9.615
2. Odplačila kratkoročnih kreditov v letu	0	0	0	0
B. SKUPAJ ODPLAČILA GLAVNIC KREDITOV V LETU (1+2)	9.615	9.615	9.615	9.615
1. Odplačila obresti dolgoročnih kreditov v letu	414	299	183	64
2. Odplačila obresti kratkoročnih kreditov v letu	0	0	0	0
C. SKUPAJ PLAČILA OBRESTI KREDITOV V LETU (1+2)	414	299	183	64

Tabela 18: Finančne obveznosti

Vir: Lasten vir

5.16.4 Kapital

Stanje celotnega kapitala na dan 31.12. v EUR	2009	2010	2011	2012
	plan	plan	plan	plan
1. Vpoklicani kapital	199.000	199.000	199.000	199.000
2. Kapitalske rezerve	0	0	0	0
3. Rezerve iz dobička	0	0	0	0
4. Presežek iz prevrednotenja	0	0	0	0
5. Preneseni čisti poslovni izid	0	3.956	19.255	28.933
6. Čisti poslovni izid poslovnega leta	3.956	15.298	9.679	4.557
CELOTNI KAPITAL (1 do 6)	202.956	218.255	227.933	232.490

Tabela 19: Celotni kapital

Vir: Lasten vir

5.16.5 Načrtovanje izkaza poslovnega izida v obdobju 2009–2012

Postavka v EUR	2009 plan	2010 plan	2011 plan	2012 plan
A. ČISTI PRIHODKI OD PRODAJE	156.000	171.600	188.760	207.610
I. Čisti prihodki na domačem trgu	156.000	171.600	188.760	207.610
II. Čisti prihodki na trgu EU	0	0	0	0
III. Čisti prihodki na trgu izven EU	0	0	0	0
B. DRUGI POSLOVNI PRIHODKI	0	0	0	0
C. KOSMATI DONOS OD POSLOVANJA	156.000	171.600	188.760	207.610
D. POSLOVNI ODHODKI	150.448	151.688	176.326	201.849
I. Stroški blaga, materiala in storitev	12.400	13.640	15.004	16.503
1. Nabavna vrednost blaga	0	0	0	0
2. Stroški porabljenega materiala	10.600	11.660	12.826	14.107
2.1. Stroški surovin in materiala	0	0	0	0
2.2. Stroški pomožnega materiala	4.800	5.280	5.808	6.388
2.3. Stroški nadomestnih delov	3.200	3.520	3.872	4.259
2.4. Drugi stroški materiala	2.600	2.860	3.146	3.460
3. Stroški storitev	1.800	1.980	2.178	2.396
3.1. Stroški promocijskih aktivnosti	1.800	1.980	2.178	2.396
3.2. Izdelava proizvodov	0	0	0	0
3.3. Stroški prevoznih storitev	0	0	0	0
3.4. Stroški vzdrževanja	0	0	0	0
3.5. Stroški najemnin	0	0	0	0
3.6. Stroški drugih storitev	0	0	0	0
II. Stroški dela	120.123	120.123	144.147	168.172
1. Stroški plač	110.523	110.523	132.627	154.732
4. Drugi stroški dela	9.600	9.600	11.520	13.440
III. Odpisi vrednosti, amortizacija	17.925	17.925	17.175	17.175
1. Neopredmetena sredstva	300	300	300	300
2. Opredmetena osnovna sredstva	17.625	17.625	16.875	16.875
2.1. Poslovni prostori/zgradba	5.000	5.000	5.000	5.000
2.2. Oprema, vozila, mehanizacija	11.875	11.875	11.875	11.875
2.3. Računalniki z opremo	750	750	0	0
2.4. Drugo	0	0	0	0
IV. Drugi poslovni odhodki	0	0	0	0
E. DOBIČEK/IZGUBA IZ Pos.	5.552	19.912	12.434	5.761
F. FINANČNI PRIHODKI				
G. FINANČNI ODHODKI	414	299	183	64
H. DRUGI PRIHODKI				
I. DRUGI ODHODKI				
J. CELOTNI DOBIČEK/IZGUBA	5.138	19.613	12.251	5.696
K. DAVEK IZ DOBIČKA	1.182	4.315	2.573	1.139
L. ODLOŽENI DAVKI				
M. ČISTI DOBIČEK/IZGUBA	3.956	15.298	9.679	4.557
N. Povprečno št. zaposlenih na podlagi ur	5,00	5,00	6,00	7,00
O. Število zaposlenih 31. decembra	5	5	6	7

Tabela 19: Poslovni izid

Vir: Lasten vir

5.16.6 Načrtovana bilanca stanja v € za obdobje 2009–2012

Postavka na dan 31.12.	2009	2010	2011	2012
	plan	plan	plan	plan
A. DOLGOROČNA SREDSTVA	214.075	196.150	178.975	161.800
I. Neopredmetena sredstva	2.700	2.400	2.100	1.800
1. Dobro ime	0	0	0	0
2. Ostala neopredmetena sredstva	2.700	2.400	2.100	1.800
3. Dolgoročne AČR	0	0	0	0
II. Opredmetena osnovna sredstva	211.375	193.750	176.875	160.000
1. Zemljišče	80.000	80.000	80.000	80.000
2. Poslovni prostori/zgradba	95.000	90.000	85.000	80.000
3. Oprema, vozila, mehanizacija	35.625	23.750	11.875	0
4. Računalniki in oprema	750	0	0	0
5. Drugo	0	0	0	0
III. Naložbene nepremičnine	0	0	0	0
IV. Dolgoročne finančne naložbe	0	0	0	0
V. Dolgoročne poslovne terjatve	0	0	0	0
VI. Odložene terjatve za davek	0	0	0	0
B. KRATKOROČNA SREDSTVA	18.200	42.209	59.742	72.047
I. Sredstva za prodajo	0	0	0	0
II. Zaloge	0	0	0	0
III. Kratkoročne finančne naložbe				
IV. Kratkoročne poslovne terjatve	0	0	0	0
V. Denarna sredstva	18.200	42.209	59.742	72.047
C. KRATKOROČNE AČR	0	0	0	0
SREDSTVA	232.275	238.359	238.717	233.847
A. KAPITAL	202.956	218.255	227.933	232.490
I. Vpoklicani kapital	199.000	199.000	199.000	199.000
II. Kapitalske rezerve	0	0	0	0
III. Rezerve iz dobička	0	0	0	0
IV. Presežek iz prevrednotenja	0	0	0	0
V. Preneseni čisti dobiček/zguba	0	3.956	19.255	28.933
VI. Čisti dobiček/izguba	3.956	15.298	9.679	4.557
B. REZERVACIJE IN DOLG. PČR	0	0	0	0
1. Rezervacije	0	0	0	0
2. Dolgoročne PČR	0	0	0	0
C. DOLGOROČNE OBVEZNOSTI	28.299	18.983	9.551	-0
I. Dolgoročne finančne obveznosti	28.299	18.983	9.551	-0
II. Dolgoročne poslovne obveznosti	0	0	0	0
III. Odložene obveznosti za davek	0	0	0	0
Č. KRATKOROČNE OBVEZNOSTI	1.019	1.121	1.233	1.356
I. Obveznosti za odtujitev	0	0	0	0
II. Kratkoročne finančne obveznosti	0	0	0	0
III. Kratkoročne poslovne obveznosti	1.019	1.121	1.233	1.356
D. KRATKOROČNE PČR	0	0	0	0
OBVEZNOSTI DO VIROV SREDSTEV	232.275	238.359	238.717	233.847

Tabela 20: Bilanca stanja

Vir: Lasten vir

5.16.7 Načrtovani denarni tok v obdobju 2009–2012

Postavka v EUR	2009	2010	2011	2012
	plan	plan	plan	plan
A. DENARNI TOKOVI PRI POSLOVANJU				
1. Dobiček (izguba) pred obdavčitvijo	5.138	19.613	12.251	5.696
2. Amortizacija	17.925	17.925	17.175	17.175
3. Davki iz dobička	-1.182	-4.315	-2.573	-1.139
4. Zmanjšanje (- povečanje) poslovnih terjatev	0	0	0	0
5. Zmanjšanje (- povečanje) zalog	0	0	0	0
6. Povečanje (- zmanjšanje) poslovnih dolgov	1.019	102	112	123
7. Povečanje za finančne odhodke	414	299	183	64
Prebitek prejemkov ali izdatkov pri poslovanju	23.315	33.624	27.148	21.920
B. DENARNI TOKOVI PRI NALOŽBENJU				
1. Prejemki (+) in izdatki (-) pri neopredmetenih dolgoročnih sredstvih	-3.000	0	0	0
2. Prejemki (+) in izdatki (-) pri opredmetenih osnovnih sredstvih	-229.000	0	0	0
3. Prejemki od kratkoročnih finančnih naložb	0	0	0	0
Prebitek prejemkov ali izdatkov pri naložbenju	-232.000	0	0	0
C. DENARNI TOKOVI PRI FINANCIRANJU				
1. Prejemki (+) za vplačan in izdatki (-) za vračilo kapitala	199.000	0	0	0
2. Prejemki (+) in izdatki (-) za dolgoročne finančne obveznosti	27.885	-9.615	-9.615	-9.615
3. Prejemki (+) in izdatki (-) za kratkoročne finančne obveznosti	0	0	0	0
Prebitek prejemkov ali izdatkov pri financiranju	226.885	-9.615	-9.615	-9.615
Č. KONČNO STANJE DENARNIH SREDSTEV				
1. Denarni izid v obdobju	18.200	24.009	17.533	12.304
2. Začetno stanje denarnih sredstev	0	18.200	42.209	59.742
3. Končno stanje denarnih sredstev	18.200	42.209	59.742	72.047

Tabela 21: Denarni tok

Vir: Lasten vir

5.16.8 Kazalniki v obdobju 2009–2012

Kazalniki poslovanja	2009	2010	2011	2012
	plan	plan	plan	plan
1. Število zaposlenih delavcev	5	5	6	7
2. Čisti prihodki od prodaje v EUR	156.000	171.600	188.760	207.610
3. Čisti dobiček (+) izguba (-) v EUR	3.956	15.298	9.679	4.557
4. Dodana vrednost v EUR	143.600	157.960	173.756	191.107
5. Dodana vrednost na zaposlenca	28.720	31.592	28.959	27.301
6. Stopnja finančne varnosti	87,38	91,57	95,48	99,42
7. Donosnost kapitala	1,95	7,01	4,25	1,96
8. Donosnost sredstev	1,70	6,42	4,05	1,95
9. Dolgoročno finančno ravnovesje	0,94	0,97	0,98	0,98
10. Delež prihodkov ustvarjenih izven EU	0,00	0,00	0,00	0,00
11. Delež prihodkov ustvarjenih izven Republike Slovenije	0,00	0,00	0,00	0,00
12. Višina neto obratnega kapitala	17.181	41.088	58.509	70.690
13. Kratkoročna sredstva	18.200	42.209	59.742	72.047
14. Kratkoročne obveznosti	1.019	1.121	1.233	1.356
15. Celotna gospodarnost	1,04	1,13	1,07	1,03
16. Dobičkonosnost prihodkov	2,54	8,92	5,13	2,19

Tabela 22: Kazalniki

Vir: Lasten vir

5.17 Komentar k finančnem načrtu

5.17.1 Osnovni kapital

Osnovni kapital je tisti del kapitala, ki je nominalno določen v aktu o ustanovitvi družbe. Vplačajo ga lastniki podjetja (delničarji) in je vpisan tudi v ustreznem sodnem registru. Glede na vrsto podjetja lahko osnovni kapital delimo na: delniški kapital (delniška družba), delež v kapitalu (družba z omejeno odgovornostjo), kapitalsko vlogo (družba z enim samim družbenikom). Osnovni delniški kapital se deli na: navadne in prednostne delnice ter glede na posamezne izdaje delnic. Odkupljene lastne delnice se navajajo posebej, ker nanje ni vezana glasovalna pravica, prav tako pa se na lastne delnice ne razporeja dobiček.

5.17.2 Osnovno sredstvo

Osnovno sredstvo je sredstvo v lasti ali finančnem najemu, ki se uporablja pri ustvarjanju proizvodov ali opravljanju storitev oziroma dajanju v najem ali za pisarniške namene ter se bo po pričakovanjih uporabljalo v več kot enem obračunskem obdobju.

5.17.3 Gibanje prihodkov od prodaje za vsa leta

Ker smo si zastavili cilj, ki predvideva postopno širjenje ponudbe in prodaje naših izdelkov, bodo rasli tudi prihodki od prodaje prav tako postopoma (10 % letno), odvisno od uspešnosti.

5.17.4 Gibanje stroškov (in deleža v prihodkih) za vsa leta

Seveda je eden naših osnovnih ciljev doseči odlične poslovne rezultate s čim manjšimi stroški. Predvidevamo rast prodaje naših storitev po deset odstotni letni stopnji, v skladu s tem pa se bo povečevala večina naših stroškov, razen stroškov dela. Stroški blaga, materiala in storitev se bodo z začetnih 12.400 € v prvem letu poslovanja dvignili na 13.640 € v drugem, 15.004 € v tretjem in 16.503 € v četrtem letu poslovanja. Stroški amortizacije bodo 17.925 € prvi dve leti poslovanja, v naslednjih dveh pa 17.175 €. Stroški dela bodo v prvih dveh letih enaki, se pravi 120.123 €. V tretjem letu poslovanja bomo zaposlili enega novega delavca, kar bo pomenilo povečanje stroškov dela na 144.147 €, v četrtem letu poslovanja pa bomo število zaposlenih povečali še za enega zaposlenega, kar bo dvignilo stroške dela na 168.172 €. Delež stroškov v prihodkih bo v prvem letu poslovanja 96,44 %, v drugem se bo zmanjšal na 88,40 %, v tretjem letu se bo, predvsem zaradi nove zaposlitve, dvignil na 93,42 %, v četrtem letu, ko bomo zaposlili še enega novega sodelavca, pa se bo povečal na 97,23 %. S sedmimi zaposlenimi pa bi lahko pokrivali vse potrebe, kar pomeni, da se bo delež stroškov v prihodkih, ob nenehni rasti prodaje, v naslednjih letih lahko spet zmanjševal.

5.17.5 Obračanje terjatev in obveznosti za vsa leta

Terjatve so na premoženjskopравnih in drugih razmerjih zasnovane pravice zahtevati od določene osebe plačilo dolga, dobavo kakih stvari ali opravljanje kake storitve.

Pri našem poslovanju ne bomo imeli terjatev, saj nam bodo naši odjemalci plačali storitev po predračunu in bo plačilo pogoj za opravljanje tečaja varne vožnje. Kratkoročne poslovne obveznosti se bodo gibale med 1.019 € in 1.356 €, dolgoročnih poslovnih obveznosti pa ne bomo imeli. Finančne obveznosti bodo predvsem v kreditu, ki ga načrtujemo za zagon poslovanja in to v višini 37.500 €. Letni obroki za odplačilo tega kredita bodo znašali skupaj z obrestmi po 9.615 €, pri čemer bodo obresti v prvem letu znašale 414 €, v drugem 299 €, v tretjem 183 € in v četrtem, zadnjem letu odplačevanja kredita, 64 €.

5.17.6 Amortizacija in njen vpliv na poslovne rezultate

Strošek amortizacije opredmetenih osnovnih sredstev obravnava Slovenski računovodski standard (SRS) 13. Preprosto povedano, strošek amortizacije je vrednostno izražena poraba oz. izraba sredstva v določenem časovnem obdobju, ki je izračunana na podlagi predpostavke o dolžini časovnega obdobja, v katerem bomo sredstvo uporabljali (npr: pričakovana fizična izraba, pričakovano tehnično staranje, pričakovano ekonomsko staranje, pričakovane zakonske in druge omejitve uporabe, zaradi katerih bo potreben hitrejši odpis) ter podatkov o nabavni vrednosti in vseh ostalih stroških, potrebnih za njegovo usposobitev.

V našem podjetju v prvem letu amortiziramo vse računalnike, tako da je njihova vrednost 0,00 EUR, vrednost zemljišča ostane enaka, zmanjša pa se vrednost poslovnih prostorov in v 4. letu je vrednost nabavljene opreme, vozila in mehanizacije 0,00 EUR.

5.17.7 Gibanje dobička za vsa leta

Kot je razvidno iz plana poslovnega izida v obdobju 2008–2011 se dobiček spreminja iz leta v leto. Na to vplivajo različni dejavniki. Tu imam v mislih predvsem poslovne odhodke in sicer strošek blaga, materiala in storitev in stroške plač, kar v primeru našega podjetja predstavlja največji strošek. V letu 2009 naj bi po planu povečali dobiček na 19.912 €, vendar bomo že v letu 2010 zaposlili novega delavca, kar se odraža na manjšem dobičku v letu 2010. V letu 2011 bomo zaposlili še enega novega delavca, kar bi se po planu za leto 2011 poznalo na dobičku (4.557 €), dobiček bi se naj po naših predvidevanjih povečal v naslednjih letih, ker bi se poslovni prihodki povečevali. Po našem planu pa naj bi za nekaj časa prenehali z zaposlovanjem. Poslovni prihodki se zvišujejo iz leta v leto, kar se pa tiče stroškov blaga, materiala in storitev, ostajajo na približno enakem odstotku, tj. 7,9 %. Zaradi vsega navedenega smo lahko optimistični glede višanja dobička v naslednjih letih.

5.17.8 Denarni tok

S spremljanjem denarnega toka spoznamo, kako denar k nam priteka in kako odteka. Tako lahko rešimo vprašanja, ki se nanašajo na poslovanje podjetja. Denarni tok sestavljajo prejemki oziroma prilivi in izdatki oziroma odlivi. Prejemki pomenijo priliv denarja v podjetje, izdatki pa odliv denarja iz njega. Razlika med prejemki in izdatki je neto denarni tok. Denarni tok v veliki meri vpliva na to, kakšna bo likvidnost oziroma plačilna sposobnost podjetja. Pri tem velja, da je podjetje v nekem trenutku, denimo na določen dan, likvidno oziroma plačilno sposobno, če lahko zapadle obveznosti poravnava v tem istem trenutku. To pomeni, da njegova denarna sredstva na ta dan zadoščajo za poravnavo obveznosti, ki ta dan zapadejo v plačilo (Vir: Finance, št. 139/2008).

5.17.9 Kazalniki

Finančni kazalniki so relativna števila, ki na osnovi računovodskih izkazov pomagajo ovrednotiti uspešnost podjetij v preteklosti. Z njimi ugotavljamo uspešnost poslovanja z različnih zornih kotov, vendar sami po sebi ne povedo veliko. Primerjati jih moramo z drugimi primerljivimi kazalniki za isto opazovano obdobje v podjetju ali za različna podjetja. Kazalnike izražamo v koeficientih in so razmerje med dvema količinama.

5.17.10 Kazalniki celotna gospodarnost

Kazalnik celotna gospodarnost kaže razmerje med celotnimi prihodki in celotnimi odhodki določenega podjetja. Če je vrednost kazalnika večja od 1, pomeni, da smo na evro celotnih odhodkov dosegli več kot evro celotnih prihodkov ob predpostavki, da podjetje hkrati izkazuje čisti dobiček. Večja kot je vrednost nad 1, bolje je.

Koeficient celotne gospodarnosti = $\text{prihodki} / \text{odhodki}$

Naši koeficienti celotne gospodarnosti bodo sledeči:

- za leto 2009 = 1.037
- za leto 2010 = 1.131
- za leto 2011 = 1.071
- za leto 2012 = 1.029

Vrednost našega kazalnika je vedno nad 1, opazimo lahko le, da je prvo leto zrasel, nato pa opazimo trend padanja, kar je posledica premajhne rasti prodaje storitve in hkrati zaposlovanja novih delavcev.

5.17.11 Kazalnik donosnost kapitala

Kazalnik donosnosti kapitala kaže razmerje med neto dobičkom in kapitalom. Večji je, bolje je.

Kazalnik donosnosti kapitala = čisti dobiček/kapital

Naši koeficienti donosnosti kapitala bodo sledeči:

- za leto 2009 = 0.019
- za leto 2010 = 0.070
- za leto 2011 = 0.042
- za leto 2012 = 0.020

Vrednost kazalnika donosnosti kapitala bo v našem podjetju po četrtem letu poslovanja enaka kot prvo leto poslovanja. Drugo leto bo zrasel kar za trikrat, tretje leto pa bo padel skoraj za polovico. Z donosnostjo kapitala se v našem podjetju ne bomo mogli ravno pretirano hvaliti, saj bomo drugo leto poslovanja svoj kapital "odebelili" za 7 %, tretje za 4,2 %, četrto leto pa le za 2 %. Tolažimo se lahko s tem, da je v času recesije bolj donosnih naložb relativno malo, saj tudi v bankah ne bi zaslužili dosti več kot 3 % - 4 % letno.

5.17.12 Stopnja finančne varnosti

Stopnjo finančne varnosti in s tem stopnjo finančne neodvisnosti nam povedo temeljni kazalniki stanja financiranja, kateri so naslednji: delež kapitala v financiranju, delež dolgov v financiranju, delež pasivnih časovnih razmejitev v financiranju, delež trajnega in dolgoročnega financiranja, delež kratkoročnega financiranja in delež osnovnega kapitala v kapitalu.

Delež kapitala v financiranju je razmerje med vrednostjo kapitala v bilanci stanja in vrednostjo celotnih obveznosti do virov sredstev (torej celotno pasivo).

Delež dolgov v financiranju je razmerje med dolgovi in vrednostjo celotnih obveznosti do virov sredstev. Delež pasivnih časovnih razmejitev v financiranju je razmerje med kratkoročnimi in dolgoročnimi časovnimi razmejitvami in vrednostjo celotnih obveznosti do

virov sredstev. Delež trajnega in dolgoročnega financiranja je razmerje med vsoto kapitala, dolgoročne pasivne časovne razmejitve in dolgoročnih dolgov ter vrednostjo celotnih obveznosti do virov. Delež kratkoročnega financiranja je razmerje med vsoto kratkoročnih dolgov in kratkoročne pasivne časovne razmejitve ter vrednostjo celotnih obveznosti do virov. Delež osnovnega kapitala v kapitalu je razmerje med osnovnim kapitalom in kapitalom

(Rajter M., Zupančič V., Vovk Škerl P., Kralj M., Gorenak Š., Podjetništvo, 2008).

Naša ideja je realna in uresničljiva, res pa je, da smo v posel vstopili z veliko vrednostjo kapitala. Zaradi recesije smo napovedali zelo pesimistično rast prodaje naše storitve in ker pri tem nameravamo zaposliti dva nova delavca v zelo kratkem času, bo seveda dobiček padel. Glede na pesimistično napoved rasti prodaje naše storitve (10 % letno), smo ugotovili, da ob takšni prodaji ne bi potrebovali dveh novih sodelavcev. Sicer smo si novo zaposlene zastavili kot kratkoročni cilj. V kolikor bo prodaja naših storitev dejansko potekala tako kot smo si zamislili, oziroma smo jo napovedali, bomo zaposlili prvega novega delavca šele četrto ali peto leto, v kolikor pa bo rast prodaje večja, bomo seveda temu primerno zaposlovali tudi nove inštruktorje. Kapital bomo plemenitili varno, brez večjih rizikov, kar je za današnji čas primerno.

6 POTRDITEV HIPOTEZ IN ZAKLJUČEK

Pod hipotezo 1 smo predpostavili, glede na število voznikov na cesti, le - teh je več moških, da ima med 18. in 20. letom starosti vozniško dovoljenje več moških kot žensk. Iz raziskave smo dokazali, da ima v starosti od 18 do 20 let kar 82 % populacije moških vozniški izpit in le 15 % ženske populacije. S tem smo potrdili **Hipotezo 1**.

Tudi **Hipoteza 2** je potrjena, saj smo po opravljeni raziskavi dokazali, da moški med 18. in 24. letom starosti povzročijo kar v 67 % prometnih nesreč, ženske voznice pa le 13 %.

Hipoteza 3 je bila postavljena, da bi vsaj 70 % anketiranih obiskovalo šolo varne vožnje. Iz raziskave smo ugotovili, da bi šolo varne vožnje obiskovalo več kot 70 % voznic ženskega spola, moški pa le v 20 %. **Hipotezo 3** smo delno ovrgli, saj potrditev hipoteze velja le za voznice.

Po opravljeni predvideni finančni konstrukciji v poslovnem načrtu smo ugotovili, da bi šola varne vožnje po načrtovanih letih prinesla dobiček. S tem smo potrdili tudi **Hipotezo 4**.

Ideja za ustanovitev podjetja izhaja iz lastnih aktivnih izkušenj s področja usposabljanja varne vožnje voznikov avtomobilov, motornih koles in koles z motorjem in zavedanjem, da je prometna varnost voznikov motornih koles in koles z motorjem zelo pereč problem današnjega časa. Veliko tragično preminulih voznikov in potnikov na motornih kolesih in kolesih z motorjem so ljudje v najboljših letih, ki za seboj zapustijo praznino v svojem zasebnem in profesionalnem življenju. Vzroki za nesreče so različni. Vozniki avtomobilov krivdo valijo na motoriste in obratno, resnica pa je zagotovo nekje vmes in unikatno obravnavana za vsak tragičen dogodek posebej.

Dejstvo je, da motorist v vsakodnevnem prometu sodi v skupino, ki je med vsemi udeleženci najbolj ogrožena. Vsako leto se vse bolj popularnemu in dostopnemu motociklizmu pridružijo številni novi navdušenci, premo sorazmerno s povečanim številom motoristov na cesti pa narašča tudi število nesreč in poškodb med novinci kot med starejšimi motoristi.

K nastanku prometnih nesreč prispeva največ človek s svojimi napakami ali zavestnimi kršitvami cestno prometnih predpisov, zato je potrebno s posameznimi ukrepi te napake preprečiti ali zmanjšati njihovo težo.

Trening varne vožnje bi zato moral postati eden izmed sestavih delov učenja vožnje za vsakega voznika, saj se trening varne vožnje splača že, če preprečimo najmanjšo poškodbo na vozilu.

Naš namen bo vplivati na tečajnike v smislu njihovih stališč in odnosa do prometne varnosti, razumevanja tveganj v cestnem prometu, zavedanja tveganja in spremljanja pravil ter motivacije za varno vožnjo.

Sistem usposabljanja treninga varne vožnje bo nastavljen tako, da bo vsakemu posamezniku približal prepoznavanje nevarnega ravnanja in vedenja v cestnem prometu, stalno spremljanje in razvoj pa bo postal sestavni del usposabljanja.

7 LITERATURA

1. Autio, E., Keeley, R., Klofsten, M.: Entrepreneurial Intent Among Students, Testing an Intent Model in Asia, Scandinavia and USA, Babson College, USA, 1997.
2. Baloh, S., Kavčič, V., Komel, V., Korošec, V., Matvoz, E., Miš, M., Pavšek, V., Pečjak, V., Polič, M., Pustinek, M., Škof, M., Šoprak, S. in Žerjav, M.: Psihologija mladih v prometu, DZS, Ljubljana, 1983.
3. Glas, M., Petrin, T.: Entrepreneurship, New Challenge for Slovene Women, USA, 28.5.2001.
4. Kurdija, S.: Družbene identitete in pomen potrošnje (Potrošnja kot produkcija), Fakulteta za družbene vede, Ljubljana, 2000.
5. Škof, M., Šoprak, S. in Žerjav, M.: Psihologija v cestnem prometu s prometno etiko, Avto–moto zveza Slovenije, Ljubljana, 1983.
6. Sisan, A.: Podjetniška kultura v Sloveniji, Magistrsko delo, Ekonomska fakulteta Ljubljana, 2000, stran 84.
7. Tomc, G., Šarotar, D., Stankovič, P.: Teza o telesu, Urbana plemena, Subkulture v devetdesetih, DZS, Ljubljana, 1999.
8. Ule, N., Miheljak, V. in M.: Pri(e)hodnost mladine, Juventa DZS, Ljubljana, 1995.
9. Žlender, B., Polič, M. in Zabukovec, V.: Prometna psihologija mladi v prometu, Zveza organizacij za tehnično kulturo Slovenije, Svet za preventivo in vzgojo v cestnem prometu Slovenije, Ljubljana 1996.

8 VIRI

1. http://sl.wikipedia.org/wiki/Henry_Ford, dne 20.5.2008.
2. <http://www.varna-pot.si/index.php>, dne 30.9.2009.
3. http://sl.wikipedia.org/wiki/Notranje_podjetništvo, dne 5.1.2009.
4. Južnič, S.: Identiteta, Fakulteta za družbene vede, Ljubljana 1993.
5. Ivanuša-Bezjak, M., Kralj, M., Kuhar, S.: Moja pot do diplome, 5. razširjena in dopolnjena izdaja Academia, Maribor, marec 2008.
6. Makarovič, J.: Mladi iz preteklosti v prihodnost, Univerzum, Ljubljana, 1983.
7. Ministrstvo za notranje zadeve, http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx, dne 9.11.2007.
8. Polič, M.: Kaj nam pomeni avtomobil, Avto magazin, marec 1984, stran 19.
9. Rajter, M., Zupančič, V., Volk Škerl, P., Kralj, M., Gorenjak, Š.: Podjetništvo, Visoka komercialna šola Celje, 2008.
10. Šauperl, F.: Podjetništvo 4 dopolnjena in razširjena izdaja, Višja strokovna šola ACADEMIA, Maribor, 2007.
11. Vahčič, A.: Stanje podjetništva v Sloveniji, Ekonomska fakulteta, Ljubljana 2000, stran 14.

9 PRILOGE

Priloga 1: Anketa 1: Vožnja mladih	str 59
Priloga 2: Anketa 2: Uporabniki motornih koles in koles z motorjem	str 61

Anketa 1 Vožnja mladih

1. Katero znamko vozila imate? _____

2. Vaš spol in starost.

Moški Ženska 18–20 let 21–24 let 25–29 let

3. Kako dolgo že imate voziško dovoljenje?

1–3 leta 3–5 let 5–7 let nad 8 let

4. Vaša dosedanja izobrazba.

- Osnovna šola.
- Višja šola (ali študent na višji šoli).
- Poklicna izobrazba.
- Visoka šola (ali študent na visoki šoli).
- Srednja šola (ali dijak).
- Več kot visoka šola.

5. Ali vozite točno po predpisih in upoštevate prometne znake in prednost na cesti?

- Da, vedno vozim po predpisih in upoštevam prometne znake ter prednost.
- Včasih vozim po predpisih, včasih ne, odvisno od razporeditve.
- Ne, nikoli ne vozim po predpisih oz. jih ne upoštevam, predpisi so zato, da se kršijo.

6. Ali kdaj prevozite rdečo ali rumeno luč?

- Da, če je hitrost prevelika, da ustavim.
- Da, če se mi mudi in pri rumeni še pospešim.
- Ne, nikoli ne prevozim rdeče luči in pri rumeni se ustavim.
- Rumeno včasih prevozim, rdeče nikoli.

7. Ali telefonirate in kadite med vožnjo?

- Da, v avtu kadim in telefoniram.
- Da, ob priložnosti telefoniram, kadim pa v avtu ne.
- Kadar vozim, ne dvigujem mobilnega telefona in ne kadim v avtu.

8. Ko greste z družbo ven, greste s svojim avtomobilom, čeprav veste, da boste zaužili alkohol?

- Da, vedno grem s svojim avtomobilom.
- Včasih grem s svojim avtomobilom in vozim, včasih s kolegi/cami.
- Ne grem s svojim avtomobilom, če vem, da bom zaužil/a alkohol.

9. Ali vozite pod vplivom alkohola, kadar greste z zabave ali avto prepustite treznemu vozniku?

- Če grem s svojim avtomobilom, vozim v vsakem stanju - vinjenem ali treznem.
- Nikoli ne vozim v vinjenem stanju.
- Vozim, če pijem le do neke meje, do katere še imam občutek treznosti, potem volan prepustim drugemu ali pokličem taksi.

10. Če vozite pod vplivom alkohola, kako vozite?

- Po predpisih.
- Previdneje kot drugače.
- Hitreje, saj mi alkohol dviga adrenalin.
- Divje in ne upoštevam nobenih prometnih znakov ali prednosti drugih vozil, ker sem takrat najboljši.

11. Ali se zavedate, da mladi vozniki povzročijo velik delež prometnih nesreč?

- Da.
- Ne.

12. Ali ste že povzročili kakšno prometno nesrečo (tudi samo z materialno škodo)?

- Da, enkrat.
- Da, dva in večkrat.
- Ne, nikoli.

13. Ali bi vam dodatna šola varne vožnje, v kateri bi bile prikazane nesreče in pasti, ki prežijo na cesti, hkrati pa bi bil poudarek na varni vožnji, pripomogla k boljši in preudarnejši - varnejši vožnji?

- Da, bi mi pripomogla, saj sem občutljiv/a na gledanje prometnih nesreč.
- Da, da mi razkrije pasti, ki prežijo na cesti zaradi neprimernih voznikov.
- Ne, šola ne bi spremenila mojega pogleda na vožnjo in upoštevanje cestnih pravil.

14. Ali bi še sedli za volan, v kolikor bi povzročili prometno nesrečo s smrtnim izidom zaradi vinjenosti?

- Da.
- Ne, nikoli več.
- Verjetno nekaj časa ne, potem pa ja.

15. Ali se strinjate, da bi za voznike, ki povzročijo v vinjenem stanju nesrečo, bilo zakonsko opredeljeno, da morajo opraviti dodatno šolo varne vožnje in sami poravnati stroške šolanja, ki bi obsegalo 30 ur teorije in 10 ur praktične vožnje?

- Da, popolnoma se strinjam.
- Ne, to ni potrebno.

Anketa 2 Uporabniki motornih koles in koles z motorjem

1. Koliko si star/a ?

- 16 – 18 let - 18 – 20 let - 20 – 24 let - več kot 24 let

2. Imaš motorno kolo ali kolo z motorjem (skuter, avtomatic, vespa ...)

DA NE

3. Ali veš, da so motoristi najbolj rizična skupina na cesti – najpogostejši udeleženci prometnih nesreč?

DA NE

4. Ali pridobiš dovolj znanja o CPP v šoli oziroma na tečaju CPP?

DA NE

5. Bi pristopil/a k šoli varne vožnje z motornimi kolesi in kolesi z motorjem ter avtomobili, kjer bi bilo 20 ur teorije poudarek na varnosti v prometu in prikaz nesreč, ki se zgodijo zaradi neprimerne vožnje in 10 ur praktične vožnje?

DA NE

6. Se ti zdi na naših cestah varno?

DA NE

7. Voziš kdaj motorno kolo ali kolo z motorjem pod vplivom alkohola?

Da, včasih. NE, nikoli.

8. Se zavedaš, da je lahko prometna nesreča z motornim kolesom zate usodna?

DA NE Nikoli nisem razmišljal/a o tem.

9. Se ti zdi pametno, da bi opravljena šola varne vožnje bila pogoj za pristop k opravljanju vozniškega dovoljenja?

DA NE