

VIŠJA STROKOVNA ŠOLA ACADEMIA,
MARIBOR

DIPLOMSKO DELO

RAZISKAVA TRGA IN POSLOVNI NAČRT ZA USTANOVITEV GRADBENEGA PODJETJA LEA S.P.

Kandidatka: Jožica Ferenc

Študentka izrednega študija

Številka indeksa: 11190260122

Študijski program: Ekonomist, računovodja

Mentor: Šauperl Franjo, univ.dipl.ekon.

Maribor, januar 2014

IZJAVA O AVTORSTVU DIPLOMSKEGA DELA

Študentka Jožica Ferenc izjavljam (v skladu z Zakonom o avtorskih in sorodnih pravicah – UL št. 16/2007), da sem avtorica tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom Šauperl Franja, univ. dipl. ekon.

S svojim podpisom zagotavljam, da:

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

Ruše, januar 2014

Podpis:

Ferenc Jožica

ZAHVALA

V diplomski nalogi se želim zahvaliti vsem, ki so mi pomagali na moji poti do diplome.

Najprej bi se zahvalila mentorju gospodu Franju Šauperlu, univ. dipl. ekon., za vzpodbudo in ogromno vloženega časa, potrpežljivost, lepe besede in vso pomoč pri pisanju in nastajanju diplomskega dela.

Zahvaljujem se vsem predavateljem Višje strokovne šole Academia za vso znanje, ki ste ga s potrpežljivostjo prenesli na nas, študente.

Največja zahvala gre moji družini, ki so me skozi ves študij podpirali in verjeli vame. Hvala vam za potrpežljivost, vzpodbudo in ljubezen.

Zahvala gre tudi lektorici Astrid Videc, ki je popravila in pregledala mojo diplomsko nalogo.

Zahvaljujem se vsem svojim sošolkam, ki so me spodbujale in pomagale v študijskem letu 2010/2011 ter 2011/2012, za prijetne trenutke in pozitivno energijo. Posebej pa še Meliti Lah, ki mi je stala ob strani in mi pomagala ob najtežjih trenutkih, ko sem že skoraj obupala.

POVZETEK

V diplomskem delu smo uporabili znanja, ki smo jih pridobili na višji strokovni šoli. Podrobno smo proučili podjetniško idejo na novo ustvarjenega gradbenega podjetja.

V diplomskem delu predstavljamo raziskavo trga in poslovni načrt za ustanovitev gradbenega podjetja LEA s.p., katerega glavna dejavnost bo polaganje keramike in kamna.

Diplomsko delo je nadgradnja poslovnega načrta, ki smo ga izdelali pri predmetu Podjetništvo za izpitni izdelek in dopolnitev za potrebe diplomskega dela. Dodano je nekaj teoretičnega dela o pojmu podjetništvo, vloga gradbeništva v gospodarskem pomenu, podjetniška ideja in cilji ter kakšne so vrste poslovnih načrtov in njihov pomen. Za tem sledi raziskovalni del, v katerem smo s pomočjo ankete opravili raziskavo trga o potrebah po naši dejavnosti.

Na osnovi anketne raziskave in analize smo ugotovili naslednje:

če hočemo, da naše podjetje zares uspe, moramo biti konkurenčni, inovativni in uspešni na vseh področjih. Stranke moramo sprejeti prijazno in s pozornostjo, biti jim moramo čim bolj naklonjeni in upoštevati njihove želje, jim pravilno svetovati in ne vsiljevati svoje volje.

S poslovnim načrtom smo dokazali, da kljub gospodarski krizi in velikemu upadu gradbenih podjetij, pričakujemo v naslednjih letih dobiček in uspešno poslovanje z dodatnimi zaposlitvami delavcev.

Ključne besede: podjetništvo, storitve, poslovno načrtovanje, raziskava trgov, poslovni načrt, finančni načrt, poslovna uspešnost.

ABSTRACT

MARKET RESEARCH AND BUSINESS PLAN FOR THE ESTABLISHMENT OF A BUILDING COMPANY LEA S.P.

In my Diploma work we used knowledge, which we acquired on vocational college. We studied undertaking idea of new established construction enterprise in detail.

In Diploma work we present market research and business plan for establishing of construction enterprise LEA s.p., which main activity of work will be ceramics and stone laying.

Diploma work is upgrade of business plan, which was prepared by subject “Enterprise” for exam and completion for Diploma work. Some theoretical work regarding “Enterprise” idea was added, role of construction business in economic sense, Enterprise notion and targets and kinds of business plans and their importance. After that, follows research part, where we have prepared, with help of opinion poll, market research about needs of our activities.

According to opinion poll, questionnaire we discovered following: If we really want, that our enterprise succeeds, we have to be competitive, innovative and successful on all areas. Customers must be accepted nicely and with attention, we have to show benevolence and respect their wishes. We have to give right advice and not imposing our will.

With business plan we proved, that despite economic crisis and big decline of construction enterprises, a profit is expected in coming year and successful business with additional employment of workers.

Key words: Enterprise, service, business planning, market research, business plan, financial plan, business efficiency.

KAZALO VSEBINE

1	UVOD	10
1.1	Opredelitev obravnavane zadeve.....	10
1.2	Namen, cilji in osnovne trditve diplomskega dela	10
1.3	Predpostavke in omejitve	11
1.4	Uporabljene metode raziskovanja	11
2	PODJETNIŠTVO.....	12
2.1	Pojem podjetništva	12
2.2	Vloga gradbeništva v gospodarskem pomenu	13
2.3	Podjetniška ideja in cilji	13
2.4	Vrste poslovnih načrtov in njihov pomen	14
3	RAZISKOVALNI DEL	15
3.1	Opredelitev problema za raziskavo	15
3.2	Priprava na raziskavo.....	15
3.3	Ključna vprašanja za raziskavo	15
3.4	Raziskovanje in analiziranje tržnih priložnosti v gradbeništvu.....	16
3.5	Analiza trga–podlaga za določanje tržnih ciljev.....	16
3.6	Analiza konkurence	17
3.7	Raziskava in analiza trga za naše načrtovano podjetje.....	17
3.8	Sklepne ugotovitve in raziskave iz analize trga.....	37
4	POSLOVNI NAČRT.....	39
4.1	Uvod in namen poslovnega načrta za lastno podjetje.....	39
4.2	Smoter, cilji in strategija poslovanja	40
4.2.1	Smoter poslovanja	40
4.2.2	Cilji poslovanja.....	40
4.2.3	Strategija poslovanja	41
4.3	Panoga, podjetje in ponudba.....	41
4.3.1	Panoga	41
4.3.2	Podjetje in izbrana organizacijska oblika	41
4.3.3	Predmet ponudbe	42
4.4	Tržišče	42
4.4.1	Analiza trga.....	42
4.4.2	Analiza kupcev	42
4.4.3	Analiza konkurence	43
4.4.4	Načrt tržnih ciljev	43

4.4.5	Načrt tržne strategije.....	43
4.4.6	Podjetniška kalkulacija izbranega reprezentanta	44
4.5	SWOT analiza.....	45
4.6	Načrtovanje prodaje.....	46
4.6.1	Osnove za načrtovanje prodaje.....	46
4.6.2	Količinska napoved prodaje	46
4.6.3	Vrednostna napoved storitve	47
4.7	Načrt nabave, reklame in drugih tržnih dejavnikov	47
4.7.1	Načrt nabave in vrednostna napoved.....	47
4.7.2	Reklama in drugi vplivi tržnih dejavnikov	48
4.8	Organizacija in načrt kadrov.....	49
4.8.1	Organizacijska oblika podjetja	49
4.8.2	Načrt kadrov	49
4.8.3	Načrt stroškov dela	50
4.9	Pogoji poslovanja	50
4.9.1	Znanje	50
4.9.2	Poslovni prostor.....	50
4.9.3	Oprema	51
4.9.4	Načrt naložb in virov zanje.....	51
4.10	Kritična tveganja in problemi ter protiukrepi	51
5	FINANČNI NAČRT	52
5.1	Osnove in izhodišča za finančno načrtovanje.....	52
5.2	Načrt stroškov poslovanja	53
5.3	Načrt izkaza poslovnega izida	55
5.4	Načrt kazalcev uspešnosti.....	56
5.5	Načrt izkaza denarnih tokov	56
5.6	Načrt praga rentabilnosti	57
5.7	Načrt izkaza stanja.....	58
5.8	Komentar k finančnemu načrtu	59
6	TERMINSKI PLAN.....	62
7	ZAKLJUČEK.....	63
8	UPORABLJENA LITERATURA IN VIRI.....	65
8.1	Literatura	65
8.2	Viri.....	65
9	PRILOGE	66

KAZALO TABEL

Tabela 1: Spol anketirancev	17
Tabela 2: Starost anketirancev.....	18
Tabela 3: Stopnja izobrazbe	19
Tabela 4: Vaš trenutni status	20
Tabela 5: Vaš kraj bivanja:	21
Tabela 6: Načrtujete v kratkem adaptacijo stanovanja ali novogradnjo?	22
Tabela 7: Kaj vam je pomembno, ko iščete izvajalce za adaptacijo stanovanja ali novogradnjo?	23
Tabela 8: Kateri podatki o proizvajalcu vas najbolj pritegnejo?	24
Tabela 9: Na kakšen način iščete izvajalce?.....	25
Tabela 10: V katerih medijih največkrat zasledite reklame ponudnikov?.....	26
Tabela 11: Kdo v vašem gospodinjstvu se dogovarja z izvajalcem?	27
Tabela 12: V katere izvajalce imate večjo zaupanje?.....	28
Tabela 13: Ste imeli slabe izkušnje s katerim od izvajalcev?.....	29
Tabela 14: Menite, da je zadosti obrtnikov v gradbeništvu?	30
Tabela 15: Kakšno mnenje imate o samostojnem podjetniku	31
Tabela 16: Kaj vam pomeni čas izvedbe (od naročila do končne izvedbe)	32
Tabela 17: Kaj vam pomeni garancijska doba izvajalca	33
Tabela 18: Ste pripravljeni izvajalcu plačati pred izvedbo dela:	34
Tabela 19: Pred koliko časa ste uporabljali storitve izvajalcev v gradbeništvu:	35
Tabela 20: Kakšno mnenje imate o odprtju s.p. v zaključnih gradbenih delih:	36
Tabela 21: Kalkulacija izbranega reprezentanta.....	44
Tabela 22: SWOT analiza.....	45
Tabela 23: Količinska napoved prodaje	46
Tabela 24: Vrednostna napoved prodaje	47
Tabela 25: Vrednostna napoved nabave	48
Tabela 26: Kadrovska projekcija.....	49
Tabela 27: Načrt stroškov dela	50
Tabela 28: Načrt opreme	51
Tabela 29: Načrt stroškov 1. leto.....	53
Tabela 30: Načrt stroškov poslovanja	55
Tabela 31: Načrt izkaza poslovnega izida	56
Tabela 32: Načrt kazalcev uspešnosti.....	56
Tabela 33: Načrt izkaza denarnih tokov	57
Tabela 34: Prag rentabilnosti.....	58
Tabela 35: Izkaz stanja	59
Tabela 36: Terminski plan.....	62

KAZALO GRAFOV

Graf 1: Spol anketirancev	18
Graf 2: Starost anketirancev:	19
Graf 3: Stopnja izobrazbe:	20
Graf 4: Vaš trenutni status:	21
Graf 5: Vaš kraj bivanja:	22
Graf 6: Načrtujete v kratkem adaptacijo stanovanja ali novogradnjo?	23
Graf 7: Kaj vam je pomembno, ko iščete izvajalce za adaptacijo stanovanja ali novogradnjo?	24
Graf 8: Kateri podatki o proizvajalcu vas najbolj pritegnejo?.....	25
Graf 9: Na kakšen način iščete izvajalce?	26
Graf 10: V katerih medijih največkrat zasledite reklame ponudnikov?	27
Graf 11: Kdo v vašem gospodinjstvu se dogovarja z izvajalcem?	28
Graf 12: V katere izvajalce imate večjo zaupanje?	29
Graf 13: Ste imeli slabe izkušnje s katerim od izvajalcev?	30
Graf 14: Menite, da je zadosti obrtnikov v gradbeništvu	31
Graf 15: Kakšno mnenje imate o samostojnem podjetniku.....	32
Graf 16: Kaj vam pomeni čas izvedbe (od naročila do končne izvedbe)	33
Graf 17: Kaj vam pomeni garancijska doba izvajalca	34
Graf 18: Ste pripravljeni izvajalcu plačati pred izvedbo dela:	35
Graf 19: Pred koliko časa ste uporabljali storitve izvajalcev v gradbeništvu:.....	36
Graf 20: Kakšno mnenje imate o odprtju s.p. v zaključnih gradbenih delih?	37

1 UVOD

1.1 *Opredelitev obravnavane zadeve*

Vsaka podjetniška dejavnost se prične z neko ključno idejo. V današnjem času, ko je velika borba za vsako zaposlitev in si le stežka pridobimo delo, je vzniknila ideja, da naredimo v diplomskem delu raziskavo trga in poslovni načrt za ustanovitev samostojnega podjetja v gradbeništvu z dejavnostjo gradbenih zaključnih del. Na našem koncu je res precej malih gradbenih podjetjih, vendar zaradi vse večje krize se jih je dosti zaprlo zaradi plačilne nediscipline, prevelikih cen in premalo strokovnega dela. Zato je upanje, da s kakovostnim delom, dobro informiranostjo o sorodnih podjetjih, konkurenčnimi cenami, preučeni in odpravljenimi napakami, zadovoljstvom strank in s čim bolj prepoznavnim imenom, podjetje na trgu uspe.

1.2 *Namen, cilji in osnovne trditve diplomskega dela*

Namen diplomske naloge je na osnovi raziskave trga in pripravljenega poslovnega načrta preveriti, ali je ideja o storitvah povezanih z gradbeništvom na področju Podravske regije dobra poslovna priložnost.

Cilji:

- z anketnim vprašalnikom ugotoviti povpraševanje za storitve gradbeništva na področju Podravske in okolice,
- s poslovnim načrtom in anketnim vprašalnikom ugotoviti prednosti in slabosti na novo ustvarjenega podjetja,
- določiti tveganja in ukrepe,
- uporabiti znanja pridobljena na Academia o podjetniškem načrtovanju

Osnovne trditve

- Stalno povpraševanje po gradnjah novih stanovanjskih hiš.
- Stalne potrebe po vzdrževanju stanovanjskih in drugih objektov.
- Malo število konkurentov (posledica propada velikih gradbenih podjetij).
- Vedno več dogodkov (naraščanje malih podjetij s to dejavnostjo).

- Izhajamo iz osnovnega mota, da se povpraševanje po dobrih gradbenih podjetjih povečuje in zadovoljstvo strank je vedno na prvem mestu.

1.3 Predpostavke in omejitve

Osnovna predpostavka diplomskega dela je, čim ugodneje zadovoljiti stranke z našo ponudbo. Omejitve se lahko pojavijo pri nesodelovanju, oziroma nezanimanju anketirancev, predvsem pa kakšno bo zanimanje za novo ustvarjeno podjetje.

1.4 Uporabljene metode raziskovanja

Pri diplomski nalogi smo uporabili anketno metodo, ki se je izvajala osebno in preko elektronske pošte z vnaprej pripravljenim anketnim vprašalnikom. Uporabili smo še namizno metodo analize konkurence, SWOT analizo in metodo kompilacije.

Predvidene metode raziskovanja so uporabljene za čim boljše odkrivanje interesa, želja in povpraševanja po tem, kaj menijo anketiranci kot potencialni kupci gradbenih zaključnih storitev, kakor tudi za proučevanje tržnega okolja (konkurenca, tržne cene ipd.).

2 PODJETNIŠTVO

2.1 *Pojem podjetništva*

Podjetništvo je proces, pri katerem gre za ustanovitev nove poslovne ideje, v katerem posameznik uresniči materialno zaznano priložnost z vzpostavitvijo kontrole nad obstoječimi ter razpoložljivimi viri. Ob ustanovitvi novega podjetja, je znak prepoznavnosti podjetništva, poslovne priložnosti, ki je lahko popolnoma nov proizvod ali storitev, še nezapolnjenost tržne niše, ki lahko uresniči pričakovanja ustanovljenega podjetnika (Šauperl, 2009, 9).

Podjetništvo v gospodarstvo prenaša dinamiko, ki se pokaže v gospodarskih kategorijah, kot je zaposlenost in nova delovna mesta, inovacije in gospodarska rast.

Majhna podjetja nastala na osnovi tržne priložnosti, lahko razdelimo v naslednje skupine:

- odpiranje novih delovnih mest,
- doprinos h gospodarski rasti (predvsem z visoko investicijsko učinkovitostjo),
- doprinos k novim inovacijam,
- doprinos k večji strukturi podjetja.

Podjetnik je oseba:

- ki izvaja funkcijo organiziranja, upravljanja vsakodnevne operacije podjetja in nase prevzema rizike v poslovanju,
- prevzema pobudo v kombiniranju zemlje, dela in kapitala z namenom proizvesti blago,
- sprejema temeljne odločitve, ki zadevajo usodo podjetja,
- sprejema riziko, za kar je nagrajen s profilom,
- oblikuje poslovne organizacije in uvaja nove proizvode, tehnologije in storitve.

Podjetniški motivi so:

- podjetniki so ljudje z svojo vizijo,
- za vizijo so pripravljeni trdo delati in tudi veliko tvegati,
- večina so posamezniki ali manjše skupine, ki znajo odkriti ter izkoristiti svojo priložnost,
- imeti morajo močno motivacijo, da jim uspe,
- za uspeh mora biti zagotovljena dovolj velika nagrada, ta izhaja iz profita, to je iz presežka prihodkov nad stroški podjetja.

(Šauperl, 2009, 10)

2.2 Vloga gradbeništva v gospodarskem pomenu

Gradbeništvo je področje, ki izhaja skozi celotno človeško zgodovino. Saj lahko še danes občudujemo npr. piramide, mostove, akvadukte in druge konstrukcije, stare že nekaj tisočletij. Tako je gradbeništvo napredovalo iz dobe v dobo in postajalo še bolj izpopolnjeno in napredno. Če so včasih bili omejeni z gradbeni materiali, je danes vse več vrst različnih materialov z nosilnimi in zaščitnimi funkcijami ter z vedno večjimi merili različne mehanske naprave in sistemi, ki so vezani na razvod električnih in strojnih instalacij. Ob napredku v gradbeništvu in materialov je v okolje prineseno tudi veliko različnih kemikalij in magnetnih polj, ki škodujejo naravi in človeštvu. Tudi kar porečejo, da je naravno, ni vedno koristno, ker se nato čez čas pokaže, da je lahko zelo škodljivo.

Na področju gradnje stavb povečuje razmislek o mnogoterosti učinkov naših posegov v naravno okolje in njihovih vplivov na zdravje in počutje ljudi. Velikokrat pozabimo, da ne gradimo samo enodružinskih stavb in da se okolje lahko bistveno razlikuje od prvotno predvidenega. Takšen primer je npr. gradnja večnadstropnih stavb na potresno ogroženih območjih, kjer »nasprotniki« betona in jekla hitro ostanejo brez utemeljenih argumentov. Pri individualni hiši, grajeni z lesom, je seveda situacija drugačna.

2.3 Podjetniška ideja in cilji

Vsaka podjetniška dejavnost se prične z neko idejo in poznejšim ciljem za uresničitev te poslovne ideje. Vendar vsaka ideja ni rečeno, da je že priložnost, ki bi se dala izvesti in uresničiti.

Po številnih idejah, ki so rojile po glavi, se je utrnila ideja o zaključnih gradbenih delih. Res je na trgu veliko podjetij s to dejavnostjo, vendar zaradi vse večje krize je veliko podjetij, predvsem večja gradbena podjetja, dejavnost zaprla. Zato smo se odločili, da raziščemo trg in ugotovimo, kaj potrebuje malo podjetje, da bo uspešno delovalo in se uveljavilo na trgu.

Osnovni cilj tega na novo ustvarjenega podjetja bo :

- doseči čim večjo prepoznavnost na domačem in tujem trgu,
- ponuditi kvalitetne storitve na tržišču,
- odpreti čim več novih delovnih mest,
- uporabljati novejša in kvalitetna orodja in stroje,

- redno in sistematično opazovanje potreb potrošnikov in jih čim bolj zadovoljiti,
- delati s kakovostnimi in obstoječimi materiali,
- zaposlenim zagotoviti čim bolj ugodne pogoje dela in jih informirati o novostih na trgu.

2.4 Vrste poslovnih načrtov in njihov pomen

»Poznamo naslednje oblike poslovnega načrta:

- strateško dolgoročno načrtovanje (npr.: Merkur 2010),
- razvojno načrtovanje, kjer je poudarek na razvojno-raziskovalnem delu za neki proizvod (npr. sončni avtomobil) ali uvajanje nove tehnologije (npr. računalniško krmiljen sistem procesne proizvodnje),
- naložbeni (investicijski) načrt, kjer je glavni poudarek na načrtovani naložbi (npr. izgradnja proizvodne linije podjetja XY v Mrzli Bistrici),
- poslovni načrt za preverjanje poslovne zamisli (pred začetkom poslovanja),
- poslovni načrt za podjetje v rasti (za uvajanje nove dodatne dejavnosti),
- poslovno-sanacijski načrt (za reševanje poslovnih težav),
- operativni načrt (letni plan poslovanja),
- izvedbeni načrt (za izvedbo konkretnega posla).«

(Šauperl, 2009, 44)

3 RAZISKOVALNI DEL

3.1 *Opredelitev problema za raziskavo*

Namen raziskave je ugotoviti in pridobiti informacije, kaj potrošniki menijo o samostojnih podjetnikih, koliko jim zaupajo, kaj jim je pri njihovih delih najpomembnejše, kakšne izkušnje imajo z njimi, na kakšen način si iščejo izvajalce, kdo v gospodinjstvu se dogovarja z izvajalcem in predvsem kaj si mislijo o na novo ustvarjenem samostojnem podjetniku v zaključnih gradbenih delih ter kakšne potrebe se obetajo.

3.2 *Priprava na raziskavo*

Na raziskavo smo se pripravili z vnaprej izdelanim anketnim vprašalnikom. Vprašanja smo sestavili tako, da so anketiranci odgovore lahko samo obkrožili ali s predznakom označili, za kaj so se odločili. Za raziskavo smo si izbrali polnoletno populacijo z raznovrstno izobrazbo, različnim statusom, ter krajem bivališča. Ankete smo poslali preko elektronske pošte in osebno smo anketirali vsakega posameznika posebej.

3.3 *Ključna vprašanja za raziskavo*

Vprašanja za raziskavo so :

1. Spol:
2. Starost:
3. Stopnja izobrazbe:
4. Vaš trenutni status:
5. Vaš kraj bivanja:
6. Načrtujete v kratkem adaptacijo stanovanja ali novogradnjo?
7. Kaj vam je pomembno, ko iščete izvajalce za adaptacijo stanovanja ali novogradnjo?
8. Kateri podatki o proizvajalcu vas najbolj pritegnejo?
9. Na kakšen način iščete izvajalce?
10. V katerih medijih največkrat zasledite reklame ponudnikov?
11. Kdo v vašem gospodinjstvu se dogovarja z izvajalcem?
12. V katere izvajalce imate večjo zaupanje?
13. Ste imeli slabe izkušnje s katerim od izvajalcev?

14. Menite, da je zadosti obrtnikov v gradbeništvu?
15. Kakšno mnenje imate o samostojnem podjetniku?
16. Kaj vam pomeni čas izvedbe (od naročila do končne izvedbe)?
17. Kaj vam pomeni garancijska doba izvajalca?
18. Ste pripravljeni izvajalcu plačati pred izvedbo dela?
19. Pred koliko časa ste uporabljali storitve izvajalcev v gradbeništvu?
20. Kakšno mnenje imate o odprtju samostojnega podjetnika v zaključnih gradbenih delih?

Anketni vprašalnik je podan v prilogi.

3.4 Raziskovanje in analiziranje tržnih priložnosti v gradbeništvu

Analiziranje tržnih priložnosti v gradbeništvu je več načinov:

- raziskovanje z anketnim vprašalnikom, ki je lahko neposredno s strankami ali preko spletnih strani,
- raziskujemo lahko tudi preko statistik, ki so že narejene v gradbeništvu in jih primerjamo npr. z našo opravljeno anketo,
- pri pripravi prostorskih načrtov, lahko predvidevamo, na katerih področjih bodo potrebovali naše storitve in tako si lahko naprej zagotovimo poslovanje,
- pri raziskavah je zelo pomembno, da se udeležujemo specializiranih sejmov, na katerih smo sproti obveščeni o novostih in napredkih na tržišču,
- skrbno moramo nadzorovati konkurenco in si prizadevati, da nas ne prehiti in nam s tem prevzame stranke in posel.

3.5 Analiza trga–podlaga za določanje tržnih ciljev

Iz naših raziskav ugotavljamo, da ob pomanjkanju denarja in kriznem stanju v državi veliko strank išče poceni ponudnike, ki bi jim čim manj vzeli ter še vedno naredili kakovostno in z določeno garancijo. Spoznali smo, da ljudje raje zaupajo manjšim podjetjem ali samostojnim podjetnikom, kakor pa večjim podjetjem. Velika podjetja jim naredijo določeno storitev, potem pa, ko bi potrebovali garancijo, v večjem delu podjetje že propade ali pa ga sploh ni

več na tržišču. Zato nam je v veliki meri pomagalo, da smo se odločili, da za zagon odpremo samostojno dejavnost, ki se v prihodnje lahko počasi razvije v srednje podjetje.

3.6 Analiza konkurence

Ob ugotavljanju, kdo je naša glavna konkurenca, smo vse bolj videli, da so to manjša podjetja, ki pozitivno poslujejo in so že kar nekaj časa na tržišču. Večina večjih podjetij je prenehala delovati zaradi krize, ki je zavládala v državi. Problem konkurence je tudi v tem, da vse več ljudi dela na črno in mislijo, da lahko vse naredijo sami. Ti so skoraj bolj ubijajoči, kot veliko število malih s.p., ki nimajo drugih stroškov, kot pripeljati se na objekt in opraviti svoje delo, zaradi česar nastopajo s precej nižjo ceno, ki si je registriran podjetnik skoraj ne more privoščiti. Upamo, da bodo z novim zakonom o delu na črno zatrli čim več takšnih ljudi in da bodo lahko podjetniki delovali korektno med sabo enakimi.

3.7 Raziskava in analiza trga za naše načrtovano podjetje

Raziskava trga za naše podjetje je potekala po naši anketi, ki smo jo ponudili potencialnim kupcem za naše storitve. Po anketi ugotavljamo, kakšne storitve potrebujejo in kaj najbolj iščejo na tržišču. Ugotavljamo tudi, kaj jih najbolj pritegne in kakšen odnos ter zaupanje imajo do določenih izvajalcev in podjetij. Na koncu je dodano še zadnje vprašanje, da lahko sami pokomentirajo svoje mnenje o odprtju novega podjetja.

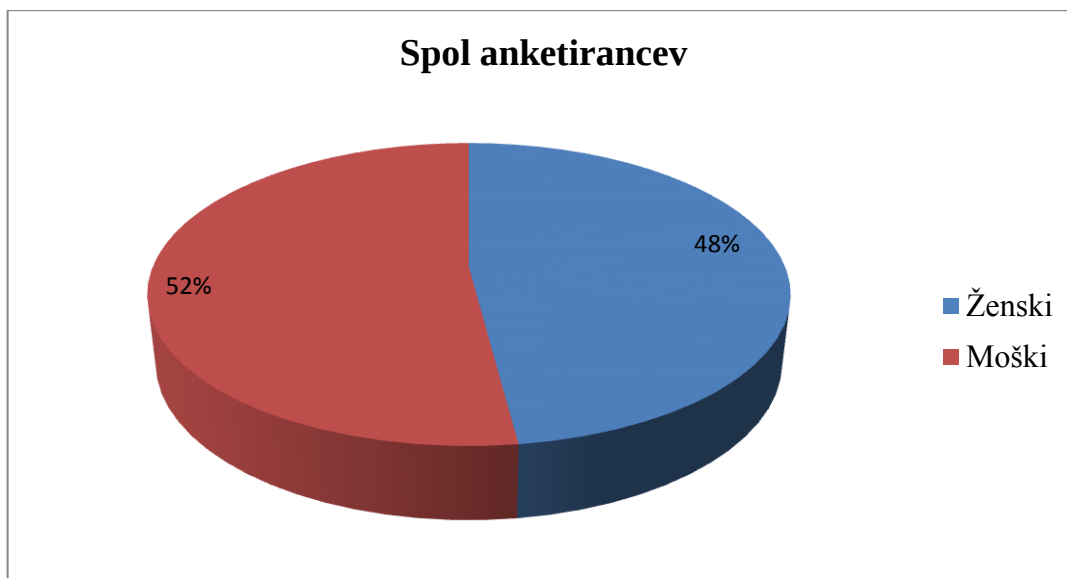
Analiza anketnih vprašalnikov kaže naslednje rezultate:

1. SPOL ANKETIRANCEV:

Vprašanja	Odgovori	Delež v odstotkih (%)
Ženski	35	48 %
Moški	38	52 %
Skupaj	73	100 %

Tabela 1: Spol anketirancev

Vir: Lasten



Graf 1: Spol anketirancev

Vir : Lasten

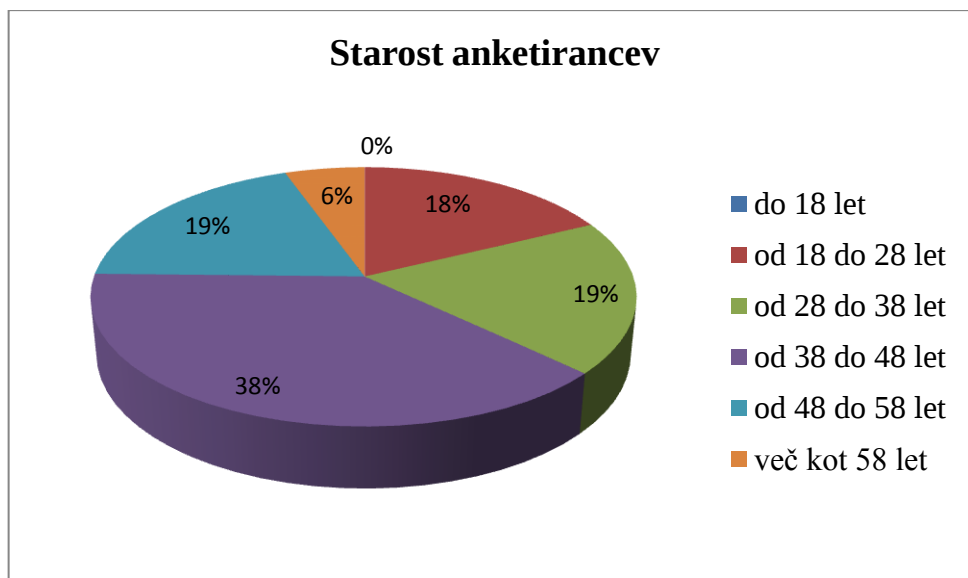
Pri pregledu vseh anket, ki so bile pravilno izpolnjene, jih je izpolnilo 35 žensk in 38 moških.

2. STAROST ANKETIRANCEV:

Vprašanja:	Odgovori:	Delež v odstotkih (%)
do 18 let	0	0 %
od 18 do 28 let	13	18 %
od 28 do 38 let	14	19 %
od 38 do 48 let	28	38 %
od 48 do 58 let	14	19 %
več kot 58 let	4	6 %
Skupaj:	73	100 %

Tabela 2: Starost anketirancev

Vir: lasten



Graf 2: Starost anketirancev

Vir: Lasten

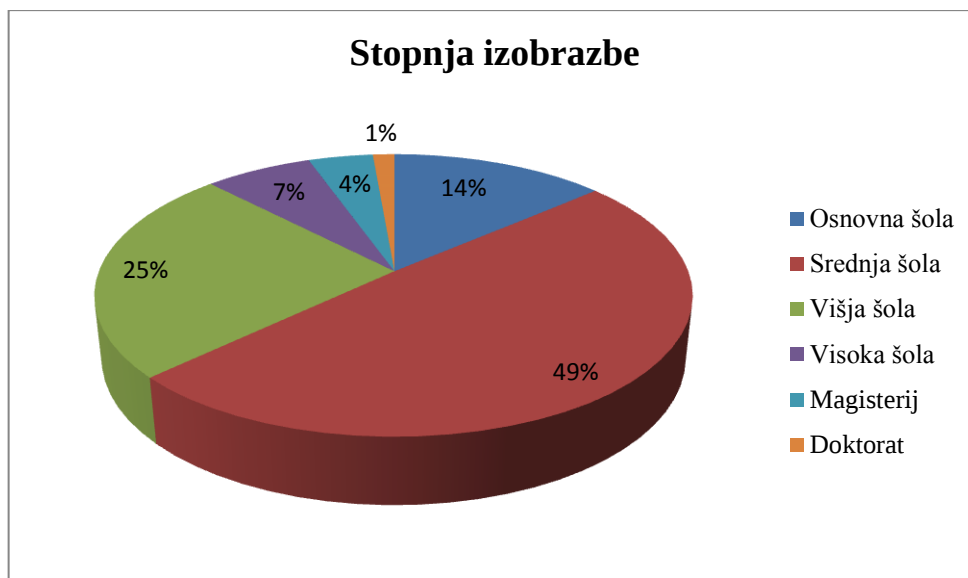
Starost anketirancev je bila narejena izključno od 18. leta dalje in od tega je bilo največ od 38 do 48 let, kar je bilo 28 kandidatov ali 38% vseh anketirancev .

3. STOPNJA IZOBRAZBE:

Vprašanje:	Odgovor:	Delež v odstotkih (%)
Osnovna šola	10	14 %
Srednja šola	36	49 %
Višja šola	18	25 %
Visoka šola	5	7 %
Magisterij	3	4 %
Doktorat	1	1 %
Skupaj:	73	100 %

Tabela 3: Stopnja izobrazbe

Vir: Lasten



Graf 3: Stopnja izobrazbe

Vir : Lasten

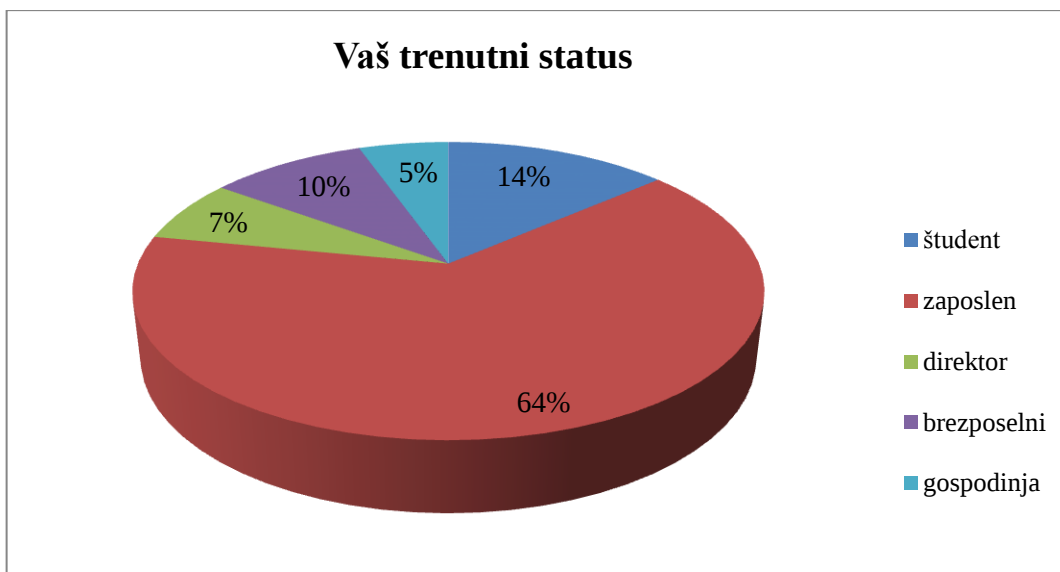
Stopnja anketirancev se je gibala od osnovne šole in vse do doktorata. Po izobrazbi se pozna, da je v letih med 38 in 48 veliko anketirancev z zaključeno srednjo šolo, kar pa je še starejša generacija, pa imajo le osnovno šolo z določenimi izjemami, kar pomeni, da se mladi takrat niso toliko šolali in se raje takoj zaposlili. V tistem času ni bilo takšnega problema za zaposlitev.

4. VAŠ TRENUTNI STATUS:

Vprašanje:	Odgovor:	Delež v odstotkih (%)
Študent	10	14 %
Zaposlen	47	64 %
Direktor	5	7 %
Brezposelni	7	10 %
Gospodinja	4	5 %
Skupaj:	73	100 %

Tabela 4: Vaš trenutni status

Vir: Lasten



Graf 4: Vaš trenutni status

Vir: Lasten

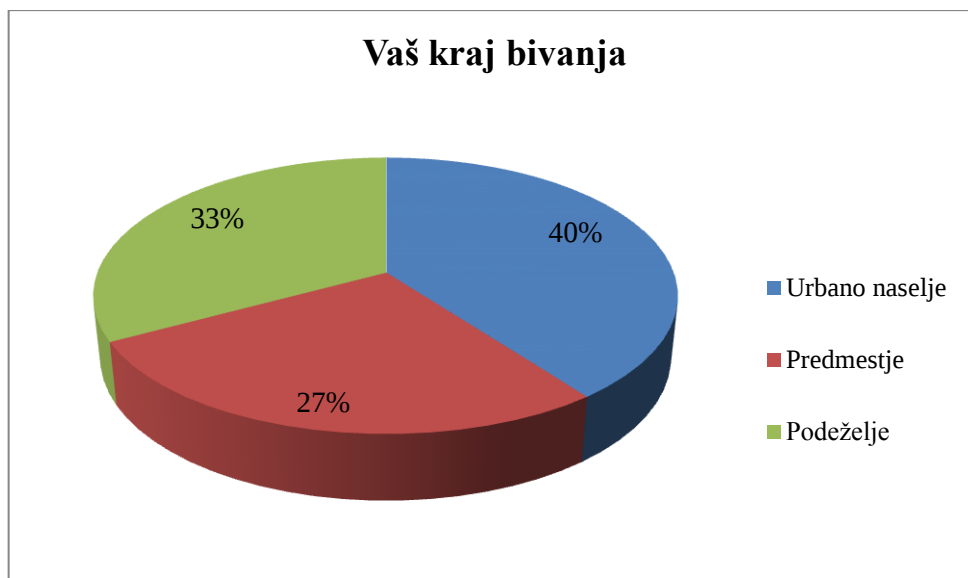
Med anketirano populacijo je bilo večji del zaposlenih za določen ali nedoločen čas. Ob tako visokem standardu je možno adaptirati samo, če si zaposlen, ali če dobiš pokojnino in si prihraniš, da lahko prenoviš svoj prostor v katerem bivaš.

5. VAŠ KRAJ BIVANJA:

Vprašanje:	Odgovor:	Delež v odstotkih (%)
Urbano naselje	29	40 %
Predmestje	20	27 %
Podeželje	24	33 %
Skupaj:	73	100 %

Tabela 5: Vaš kraj bivanja

Vir: Lasten



Graf 5: Vaš kraj bivanja

Vir: Lasten

Pri izbiranju anketirancev smo izbirali med podeželjem, predmestjem in urbanim naseljem. Da smo dobili povprečni rezultat, smo gledali, da je bilo v povprečju iz vsakega dela nekje enako povprečno število kandidatov.

6. NAČRTUJETE V KRATKEM ADAPTACIJO STANOVANJA ALI NOVOGRADNJO?

Vprašanje:	Odgovor:	Delež v odstotkih (%)
Da	27	37 %
Ne	28	38 %
Imam urejeno	18	25 %
Skupaj:	73	100 %

Tabela 6: Načrtujete v kratkem adaptacijo stanovanja ali novogradnjo

Vir: Lasten



Graf 6: Načrtujete v kratkem adaptacijo stanovanja ali novogradnjo

Vir: Lasten

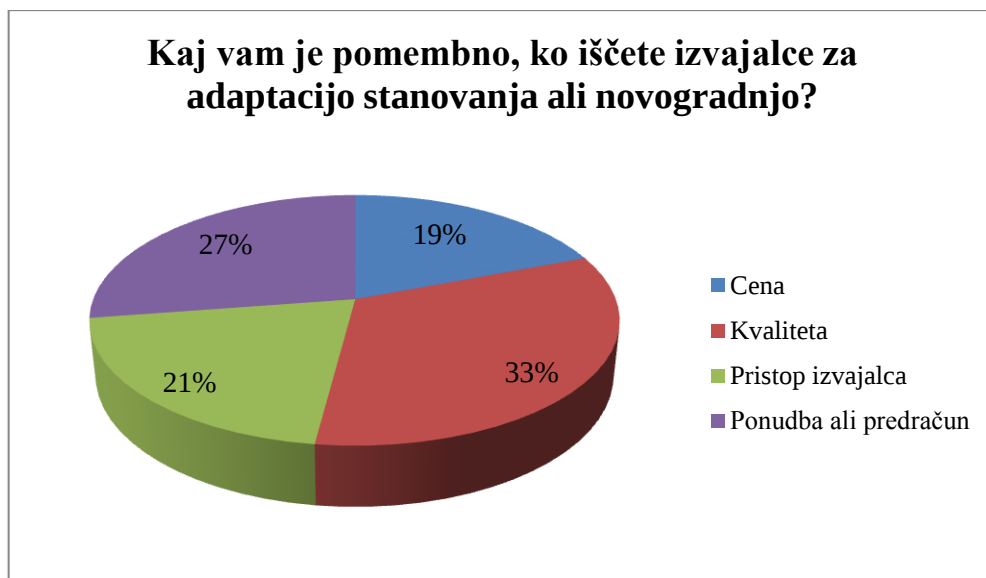
Iz grafa in tabele je razvidno, da ima 38 % anketirancev že urejeno adaptacijo stanovanja, vendar jih kljub temu še 37 % anketirancev v bodoče načrtuje za kakšno adaptacijo ali novogradnjo.

7. KAJ VAM JE POMEMBNO, KO IŠČETE IZVAJALCE ZA ADAPTACIJO STANOVANJA ALI NOVOGRADNJO?

Vprašanje:	Odgovor:	Delež v odstotkih (%)
Cena	14	19 %
Kakovost	24	33 %
Pristop izvajalca	15	21 %
Ponudba ali predračun	20	27 %
Skupaj:	73	100 %

Tabela 7: Kaj vam je pomembno, ko iščete izvajalce za adaptacijo stanovanja ali novogradnjo

Vir: Lasten



Graf 7: Kaj vam je pomembno, ko iščete izvajalce za adaptacijo stanovanja ali novogradnjo

Vir: Lasten

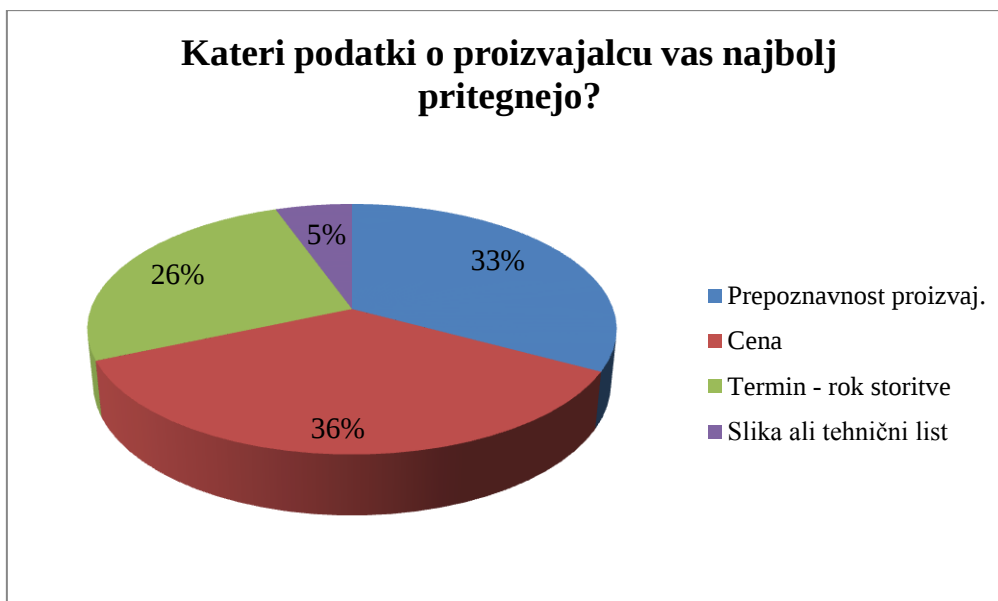
Kar 33 % anketirancem je pomembna kakovost izvedenega dela, 27 % najprej poiščejo ponudbo ali predračun, 21 % jim je pomemben pristop izvajalca in 19 % jim je na prvem mestu cena.

8. KATERI PODATKI O PROIZVAJALCU VAS NAJBOLJ PRITEGNEJO?

Vprašanje:	Odgovor:	Delež v odstotku (%)
Prepoznavnost proizvajalca	24	33 %
Cena	26	36 %
Termin - rok storitve	19	26 %
Slika ali tehnični list	4	5 %
Skupaj:	73	100 %

Tabela 8: Kateri podatki o proizvajalcu vas najbolj pritegnejo

Vir: Lasten



Graf 8: Kateri podatki o proizvajalcu vas najbolj pritegnejo

Vir: Lasten

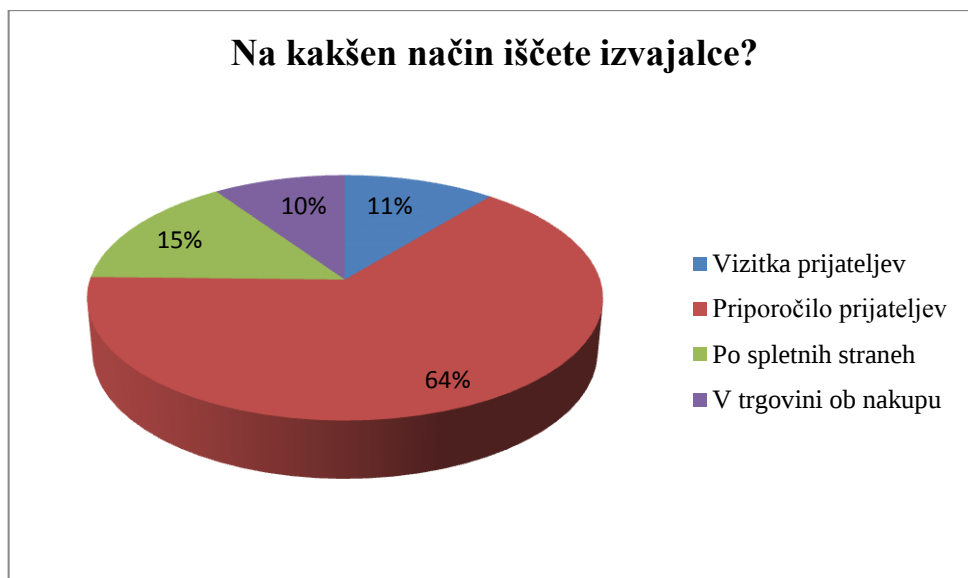
Pri iskanju izvajalcev anketirance najbolj pritegnejo cene storitev, 36 % se je odločilo za ceno, 33 % za prepoznavnost izvajalca na trgu, 26 % jim je bil pomemben termin in rok storitve in 5 % se jih je odločilo za sliko ali tehnični list.

9. NA KAKŠEN NAČIN IŠČETE IZVAJALCE?

Vprašanje:	Odgovor:	Delež v odstotkih (%)
Vizitka prijateljev	8	11 %
Priporočilo prijateljev	47	64 %
Po spletnih straneh	11	15 %
V trgovini ob nakupu	7	10 %
Skupaj:	73	100 %

Tabela 9: Na kakšen način iščete izvajalce

Vir: Lasten



Graf 9: Na kakšen način iščete izvajalce

Vir: Lasten

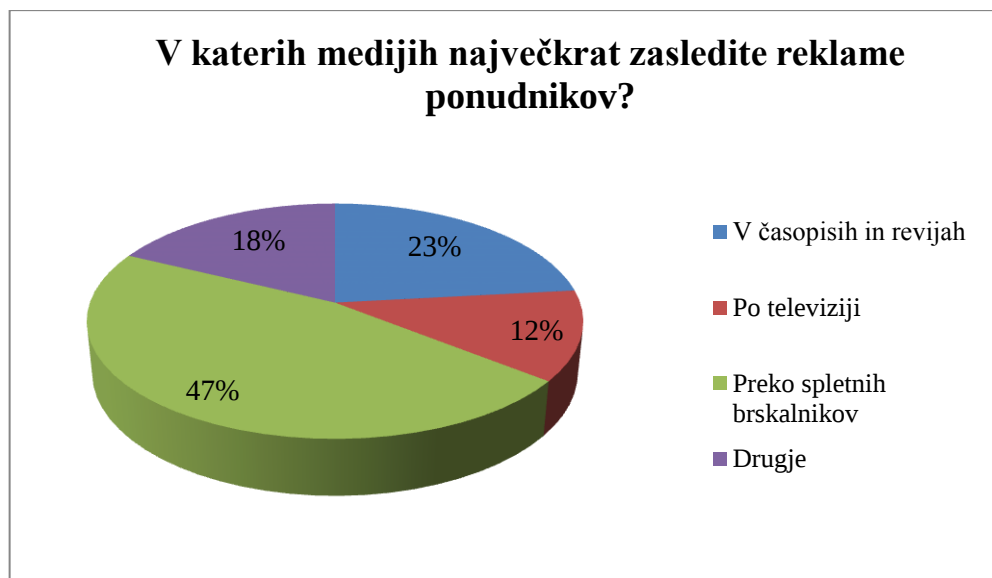
Iz 9. grafa je razvidno, da kar 64 % vseh anketirancev išče izvajalce ob priporočilu prijateljev, 15 % po spletnih straneh, 11 % z vizitko prijateljev in 10 % kar ob nakupu v trgovini.

10. V KATERIH MEDIJIH NAJVEČKRAT ZASLEDITE REKLAME PONUDNIKOV?

Vprašanje:	Odgovor:	Delež v odstotkih (%)
V časopisih in revijah	17	23 %
Po televiziji	9	12 %
Preko spletnih brskalnikov	34	47 %
Drugje	13	18 %
Skupaj:	73	100 %

Tabela 10: V katerih medijih največkrat zasledite reklame ponudnikov

Vir: Lasten



Graf 10: V katerih medijih največkrat zasledite reklame ponudnikov

Vir: Lasten

Ljudje so se navadili računalnikov in vse kar jih zanima poiščejo na spletnih straneh, tako je tudi iz grafa razvidno, da 47 % anketirancev zasledi ponudnike preko spletnih brskalnikov, 23 % v časopisih, 18 % drugje in 12 % po televiziji.

11. KDO V VAŠEM GOSPODINSTVU SE DOGOVARJA Z IZVAJALCEM?

Vprašanje:	Odgovor:	Delež v odstotkih (%)
Mož	17	23 %
Žena	5	7 %
Oba skupaj	46	63 %
Starši	5	7 %
Skupaj:	73	100 %

Tabela 11: Kdo v vašem gospodinjstvu se dogovarja z izvajalcem

Vir: Lasten



Graf 11: Kdo v vašem gospodinjstvu se dogovarja z izvajalcem

Vir: Lasten

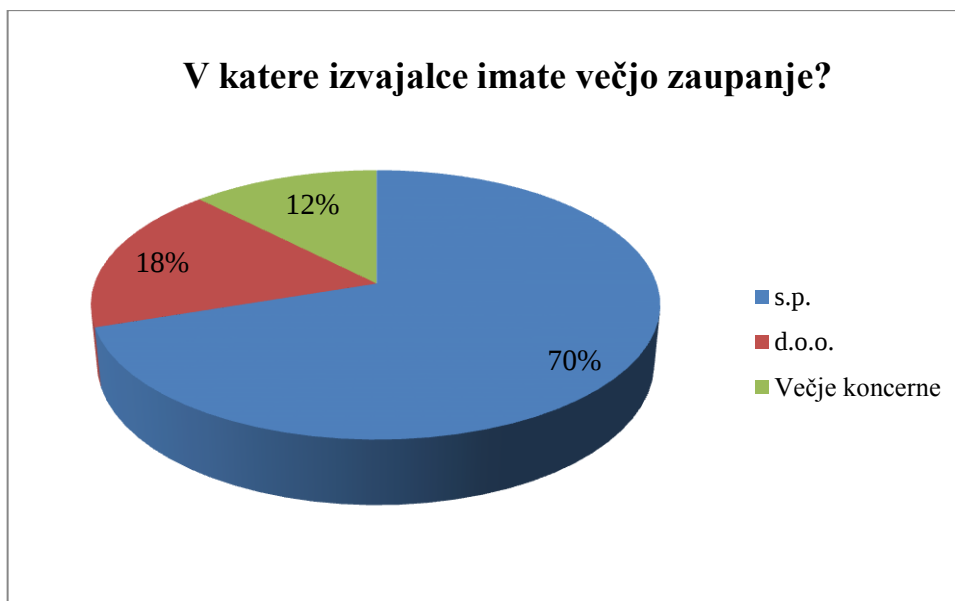
Iz grafa je razvidno, da se pri 63 % vprašanih oba skupaj dogovarjata z izvajalcem, pri 23 % se dogovarjajo možje, le 7 % pa ženske in starši.

12. V KATERE IZVAJALCE IMATE VEČJO ZAUPANJE?

Vprašanje:	Odgovor:	Delež v odstotkih (%)
s.p.	51	70 %
d.o.o.	13	18 %
Večje koncerne	9	12 %
Skupaj:	73	100 %

Tabela 12: V katere izvajalce imate večjo zaupanje

Vir: Lasten



Graf 12: V katere izvajalce imate večjo zaupanje

Vir: Lasten

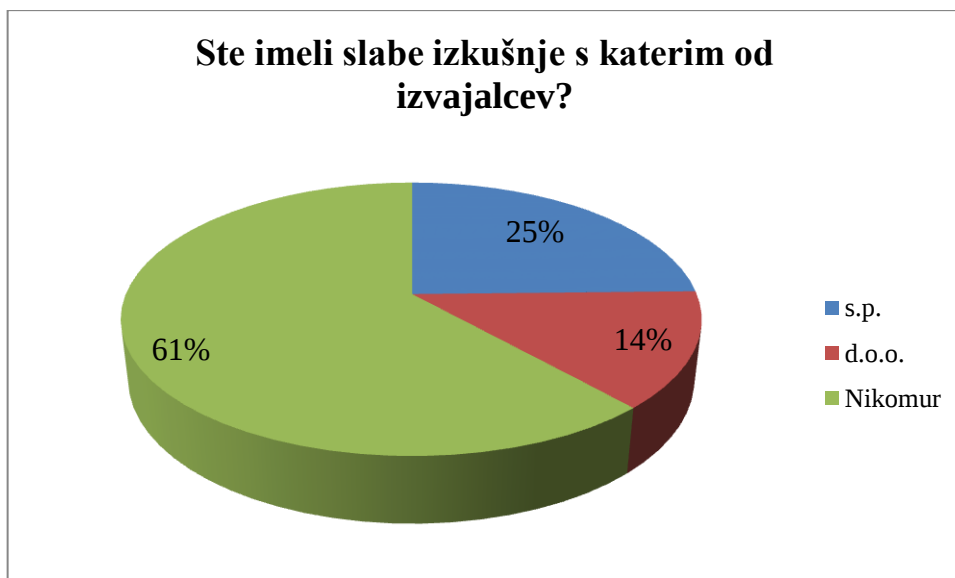
Ugotavljamo, da vse več ljudi zaupa samostojnim podjetnikom, kot pa večjim družbam. 70 % anketirancev zaupa s.p., 18 % v d.o.o. in 12 % v večje koncerne.

13. STE IMELI SLABE IZKUŠNJE S KATERIM OD IZVAJALCEV?

Vprašanje:	Odgovor:	Delež v odstotkih (%)
s.p.	18	25 %
d.o.o.	10	14 %
Nikomur	45	61 %
Skupaj:	73	100 %

Tabela 13: Ste imeli slabe izkušnje s katerim od izvajalcev

Vir: Lasten



Graf 13: Ste imeli slabe izkušnje s katerim od izvajalcev

Vir: Lasten

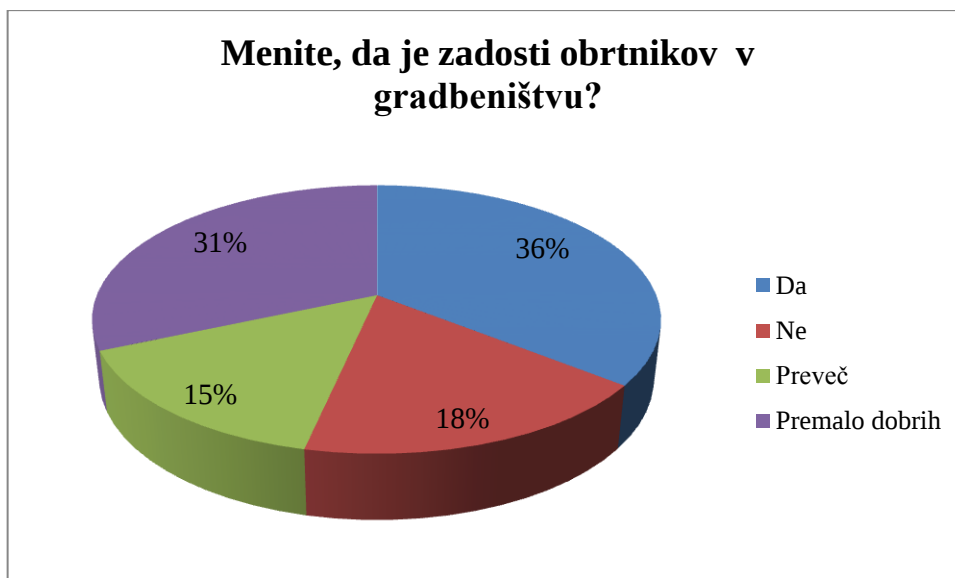
Iz grafa je razvidno, da je kar 61 % anketirancev zadovoljno z izvajalci in z njimi niso imeli slabih izkušenj. Slabe izkušnje z s. p. je imelo 25 % ljudi in 14 % z d.o.o..

14. MENITE, DA JE ZADOSTI OBRTHNIKOV V GRADBENITVU?

Vprašanje:	Odgovor:	Delež v odstotkih (%)
Da	26	36 %
Ne	13	18 %
Preveč	11	15 %
Premalo dobrih	23	31 %
Skupaj:	73	100 %

Tabela 14: Menite, da je zadosti obrtnikov v gradbeništvu

Vir: Lasten



Graf 14: Menite, da je zadosti obrtnikov v gradbeništvu

Vir: Lasten

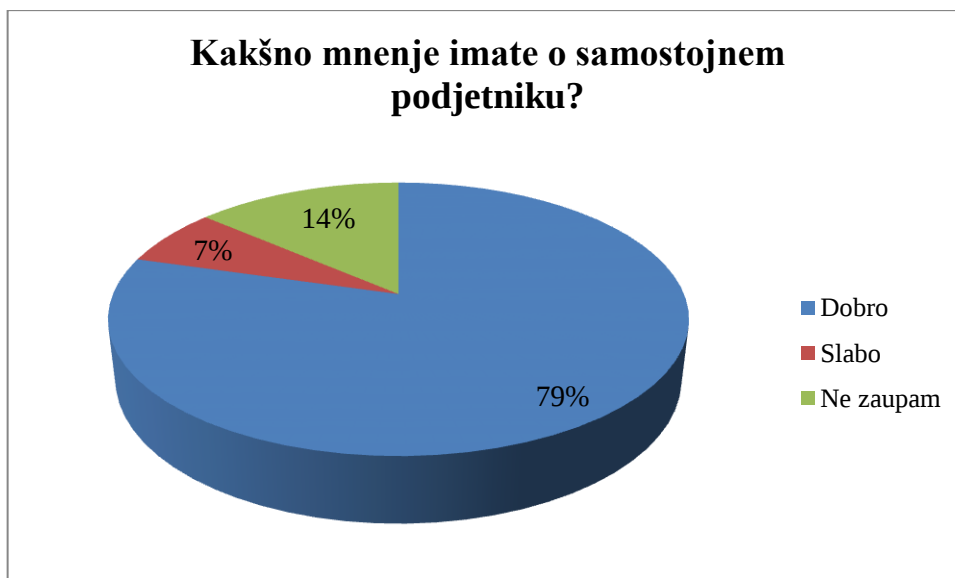
Iz grafa je razvidno, da so skoraj v večini mnenja, da je zadosti obrtnikov, a da je premalo dobrih. Da jih je zadosti jih meni 36 %, 31 %, da je premalo dobrih, okrog 20 % pa, da jih je preveč ali pa premalo.

15. KAKŠNO MNENJE IMATE O SAMOSTOJNEM PODJETNIKU?

Vprašanje:	Odgovor:	Delež v odstotkih (%)
Dobro	58	79 %
Slabo	5	7 %
Ne zaupam	10	14 %
Skupaj:	73	100 %

Tabela 15: Kakšno mnenje imate o samostojnem podjetniku

Vir: Lasten



Graf 15: Kakšno mnenje imate o samostojnem podjetniku

Vir: Lasten

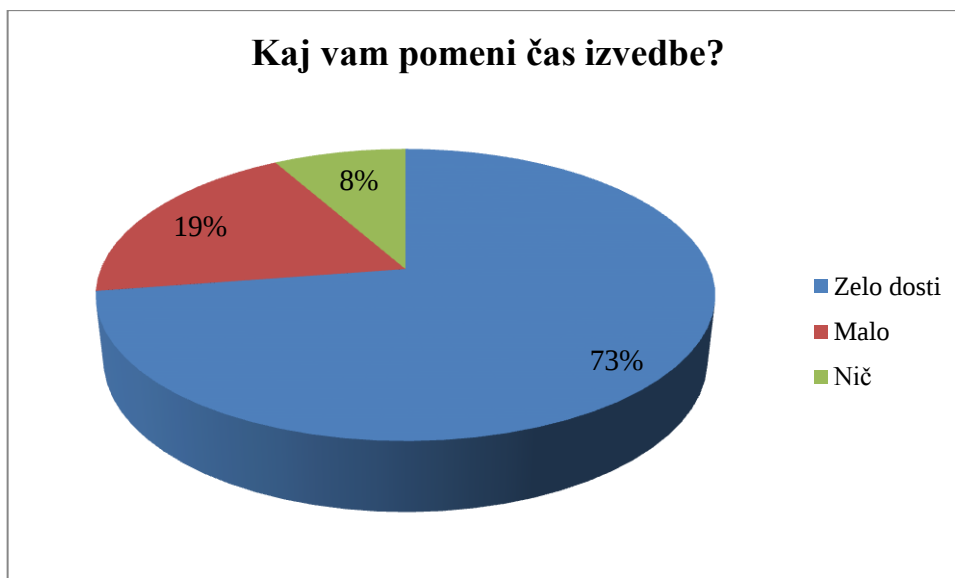
Od 100 % ima kar 79 % anketirancev pozitivno mnenje o s.p. in 7 % negativno. Od tega pa jim 14 % sploh ne zaupa.

16. KAJ VAM POMENI ČAS IZVEDBE (OD NAROČILA DO KONČNE IZVEDBE)?

Vprašanje:	Odgovor:	Delež v odstotkih (%)
Zelo dosti	53	73 %
Malo	14	19 %
Nič	6	8 %
Skupaj:	73	100 %

Tabela 16: Kaj vam pomeni čas izvedbe (od naročila do končne izvedbe)

Vir: Lasten



Graf 16: Kaj vam pomeni čas izvedbe (od naročila do končne izvedbe)

Vir: Lasten

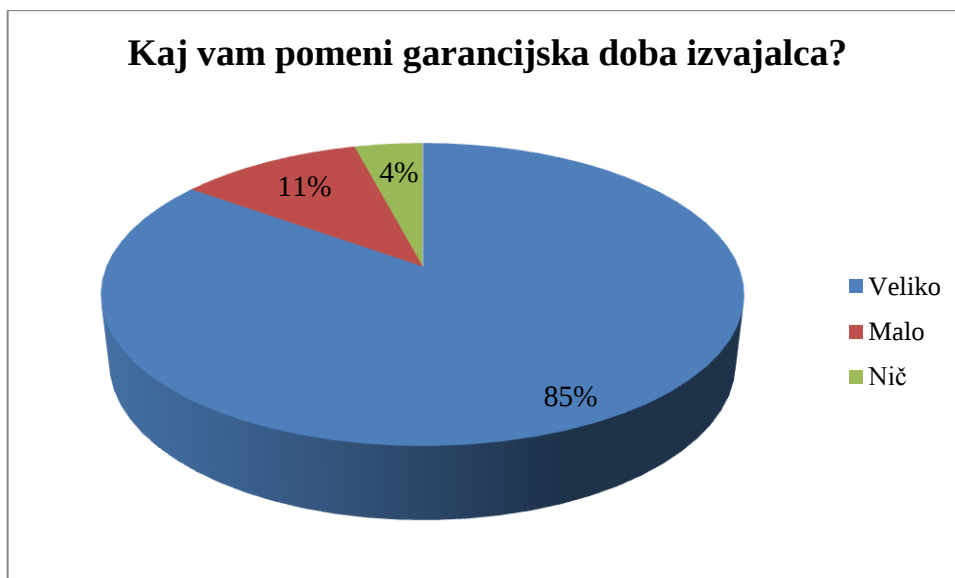
Našim anketirancem je čas izvedbe zelo pomemben, saj jim kar pri 73 % zelo dosti pomeni čas izvedbe, 19 % le malo in 8 % jim čas izvedbe ni pomemben.

17. KAJ VAM POMENI GARANCIJSKA DOBA IZVAJALCA?

Vprašanje:	Odgovor:	Delež v odstotkih (%)
Veliko	62	85 %
Malo	8	11 %
Nič	3	4 %
Skupaj:	73	100 %

Tabela 17: Kaj vam pomeni garancijska doba izvajalca

Vir: Lasten



Graf 17: Kaj vam pomeni garancijska doba izvajalca

Vir: Lasten

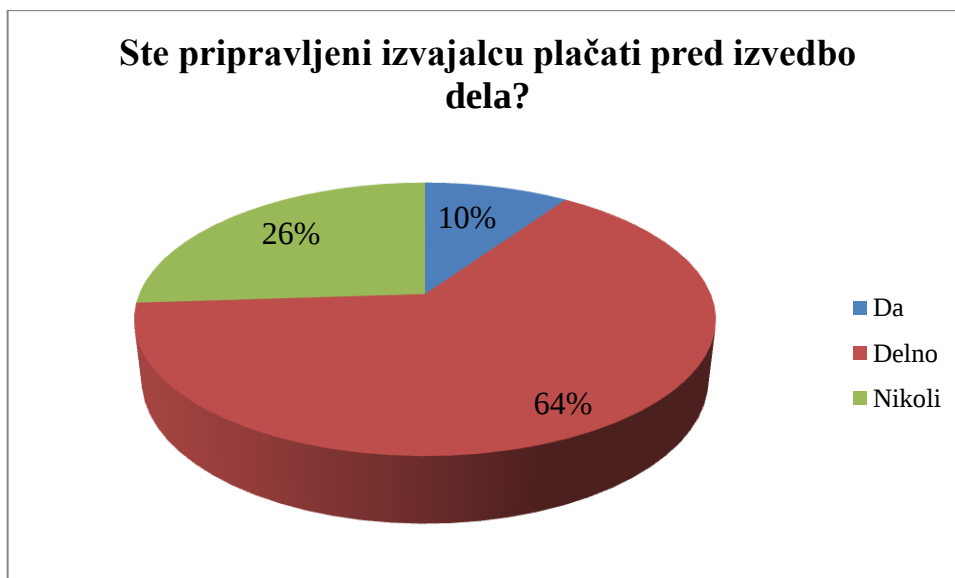
Iz grafa je lepo razvidno, da kar 85 % anketirancem zelo dosti pomeni, da izvajalec na svojo storitev da garancijo in jim garantira, če bo kaj narobe, da bo prišel popraviti.

18. STE PRIPRAVLJENI IZVAJALCU PLAČATI PRED IZVEDBO DELA?

Vprašanje:	Odgovor:	Delež v odstotku (%)
Da	7	64 %
Delno	47	26 %
Nikoli	19	10 %
Skupaj:	73	100 %

Tabela 18: Ste pripravljeni izvajalcu plačati pred izvedbo dela

Vir: Lasten



Graf 18: Ste pripravljeni izvajalcu plačati pred izvedbo dela

Vir: Lasten

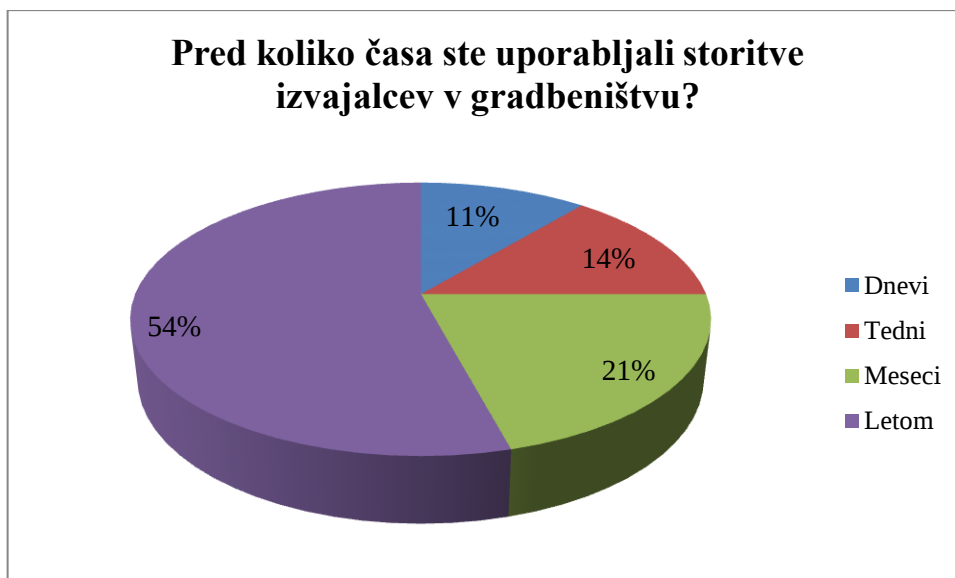
Ob izvedbi ankete smo ugotovili, da kar 64 % anketirancev še vedno zaupa podjetnikom in so pripravljeni plačati v celoti pred izvedbo dela. 26 % je takšnih, ki nikoli ne plačajo ničesar pred koncem dela in 10 % takšnih, ki so pripravljeni plačati delno pred izvedbo.

19. PRED KOLIKO ČASA STE UPORABLJALI STORITVE IZVAJALCEV V GRADBENIŠTVU?

Vprašanje:	Odgovor:	Delež v odstotkih (%)
Dnevi	8	11 %
Tedni	10	14 %
Meseci	15	21 %
Letom	39	54 %
Skupaj:	72	100 %

Tabela 19: Pred koliko časa ste uporabljali storitve izvajalcev v gradbeništvu

Vir: Lasten



Graf 19: Pred koliko časa ste uporabljali storitve izvajalcev v gradbeništvu

Vir: Lasten

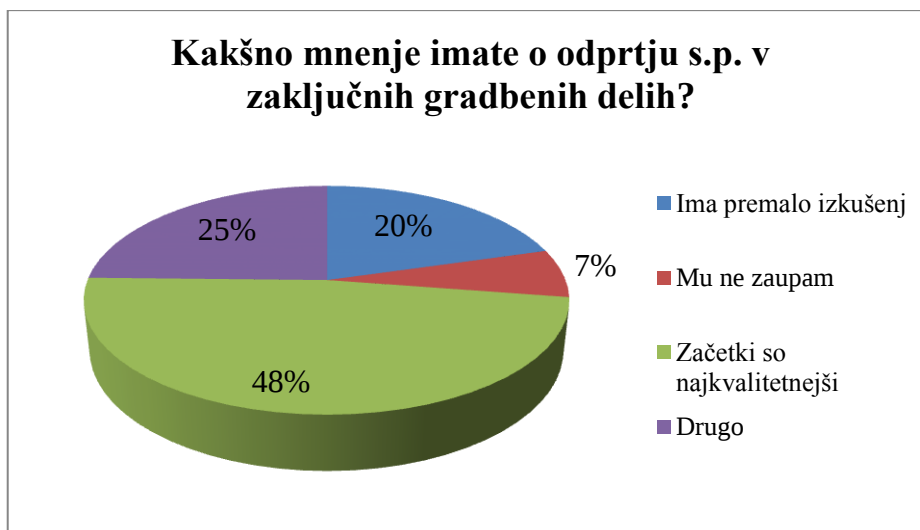
Največ anketirancev je storitve iz gradbeništva uporabljalo pred letom dni, kar 54 %, 21 % jih je pred meseci, 14 % pred tedni in 11 % pred dnevi.

20. KAKŠNO MNENJE IMATE O ODPRTJU SAMOSTOJNEGA PODJETNIKA V ZAKLJUČNIH GRADBENIH DELIH?

Vprašanje:	Odgovor:	Delež v odstotkih (%)
Ima premalo izkušenj	15	20 %
Mu ne zaupam	5	7 %
Začetki so najkvalitetnejši	35	48 %
Drugo	18	25 %
Skupaj:	73	100 %

Tabela 20: Kakšno mnenje imate o odprtju s.p. v zaključnih gradbenih delih

Vir: Lasten



Graf 20: Kakšno mnenje imate o odprtju s.p. v zaključnih gradbenih delih

Vir: Lasten

Kar 48 % anketirancev meni, da podjetnik, ki odpira podjetje na začetku dela zelo natančno in kakovostno, 25 % so drugačnega mnenja, 20 % jih meni, da ima premalo izkušenj in 7 % je takšnih, ko jim sploh ne zaupajo, ko slišijo, da je na novo odprtje podjetja.

3.8 Sklepne ugotovitve in raziskave iz analize trga

V anketi je sodelovalo 80 anketirancev, pravilno rešenih je bilo 73 anket. Na podlagi teh je bila starost od 18 do 58 let. Izobrazba je bila večji del srednja šola in s statusom zaposleni. Kraj je bil dokaj razdeljen na približno skoraj enako število iz podeželja, predmestja in tudi iz mesta.

Kupci storitev iščejo izvajalce v našem primeru predvsem preko prijateljev, reklame izvajalcev pa poiščejo najpogosteje preko spletnih brskalnikov. Za izbiro pravega izvajalca se družine odločajo po navadi skupaj-katerega bodo izbrali in bo deležen njihovega zaupanja.

Ko kupci storitev iščejo izvajalce, jim veliko pomeni, kakšen pristop ima sam izvajalec, kakšna je njegova cena, kvaliteta, garancijska doba ter v kolikšnem času bodo prišli na vrsto in kako dolgo se bodo izvajala dela na njihovem objektu. Pri dobrih pogojih jih je veliko pripravljeno delno plačati pred pričetkom izvajanja.

V današnjem nenehnem zapiranju velikih podjetij imajo naši potrošniki še vedno največje zaupanje v samostojne podjetnike in o njih tudi dobra mnenja. Prepričani so, da se bo s.p., ki odpre na novo podjetje, vsaj na začetku potrudil in da bo delal najkakovostnejše.

Tako smo prišli do zaključka, da je ob odprtju s.p. potrebno imeti primeren pristop, ugodne cene storitev, garancijo na izvedbo, čim krajši čakalni rok in kakovostno ter hitro izvedbo.

4 POSLOVNI NAČRT

4.1 *Uvod in namen poslovnega načrta za lastno podjetje*

Vsaka podjetniška dejavnost se prične z neko idejo in določenim ciljem. Kako priti do prave ideje, je potrebno kar nekaj časa in razmišljanja. Vsaka ideja še ni priložnost, ki se jo da uresničiti.

Po dolgotrajnem premisleku se nam je porodila ideja, da bi odprli storitveno dejavnost. Vendar je danes na trgu že nešteto storitvenih dejavnosti, zato smo se odločili, da bi odprli dejavnost z zaključnimi gradbenimi deli. Na podlagi te ideje je potrebno izdelati poslovni načrt, s katerim bo opravljen preizkus poslovne ideje, pripravljen načrt za zaključna gradbena dela v podjetju in pripravljen dokument za eventualno pridobivanje subvencije za samozaposlitev.

V poslovnem načrtu najprej natančno opisujemo našo zamišljeno idejo, oziroma posel, katerega smo si zamislili in zakaj. Pojasnjujemo, kakšne možnosti imamo na trgu in seveda tudi, kakšna je stopnja tveganja in predvsem zakaj.

Na trgu se pojavljamo kot novost, zato smo predstavili pravno obliko, logotip podjetja in kakšen kader bomo imeli zaposlen pri samem delu. Natančno opisujemo posamezna dela in storitve, s katerimi se bomo ukvarjali kot samostojni podjetniki. Izvajala se bodo dela na različnih objektih, tako zunaj kod znotraj objekta. Načrtovati moramo sedež in vodstvo podjetja od koder bomo poslovali, ter s katerimi delovnimi sredstvi in materiali bomo začeli delovati. Delo bo predvsem na terenu, vendar kljub temu potrebujemo pisarno in skladišče, od koder se bo razporejalo delo ter hranil material, pripomočki in orodja za gradbišča.

Ob vsem tem predvidevamo še kritične točke tveganja in morebitne probleme. Kakšne bodo možnosti, da se čim bolj izognemo problemom, ter kakšne so možnosti pridobiti čim boljše vlagatelje ter predvideti, kakšne bodo zaloge materiala. Planirati je treba tudi, kako si zagotoviti čim boljšo reklamo na trgu in kako podjetje kakovostno promovirati.

Na koncu poslovnega načrta predstavljamo in opisujemo, kako bomo promovirali svojo idejo ob začetku poslovanja, oziroma ob otvoritvi podjetja. Pred zaključki poslovnega načrta je podan finančni načrt z izkazi in kazalci pričakovane poslovne uspešnosti, kot odgovor na vprašanje, ali je poslovna ideja tudi pričakovana poslovna priložnost.

4.2 Smoter, cilji in strategija poslovanja

4.2.1 Smoter poslovanja

Iz smotra poslovanja izhajajo cilji ter strategija poslovanja. Kadar nosilec poslovanja nima vseh informacij, ki bi mu omogočile doseganje optimalnega dobička v podjetju, si mora take informacije pridobiti. Na trgu lahko nastane nova konkurenca, ki ogrozi zastavljene cilje, zato je potrebno stalno spremljanje konkurence.

4.2.2 Cilji poslovanja

Osnovni cilj podjetja je postati kakovosten na tržišču, ugoditi povpraševanju strank, saj le zadovoljena stranka lahko podjetju doprinese dovolj posla, napredovanja, rasti in razvoja.

Vsak podjetnik ima kratkoročne in dolgoročne cilje, ki pa jih lahko doseže le z delom, pozitivnim razmišljanjem in z zaupanjem vase in v sodelavce.

Kratkoročni cilji:

- doseči čim večjo prepoznavnost na domačem trgu,
- ponuditi storitve čim širšemu domačemu trgu,
- zaposliti štiri začetne delavce,
- prevzeti že obstoječe strank,
- zagon z obstoječimi stroji,
- promet v prvem letu v vrednosti 136.000 €,
- prvo letu doseči 10 % dobiček.

Dolgoročni cilji:

- vstop na tuja tržišča (Avstrija, Hrvaška)
- nabava novih strojev in pripomočkov,
- v štirih letih povečati promet za okoli 100 %,
- povečati število zaposlenih do 6 delavcev,
- razširitev ponudbe (vodovod, slikopleskarka dela),
- v četrtem letu doseči 20 % dobiček.

4.2.3 Strategija poslovanja

Naše cilje bomo skušali doseči s kakovostjo storitev in s čim manjšimi reklamacijami, točnimi dobavnimi roki ter kakovostnimi in okolju prijaznimi materiali. Poskušali se bomo čim bolj približati zahtevam strank, tako po kakovosti, kot po ugodnih cenah storitev. Nabirali si bomo čim več informacij in znanja, da bomo lahko stranki pravilno svetovali in ji pomagali pri njihovi odločitvi. Celotna tržna strategija našega podjetja bo usmerjena v pridobivanje in ohranjanje strank, ter zadovoljevanje njihovih potreb in želja.

4.3 Panoga, podjetje in ponudba

4.3.1 Panoga

Panoga dejavnosti: Podjetje, ki ga želimo ustanoviti, se uvršča v panogo SKD šifro 43.3 zaključna gradbena dela. Znotraj tega bo naša panoga 43.33 oblaganje tal in sten. V tej panogi je ožji izbor dejavnosti, katerega smo vzeli za zagon podjetja. Na tem področju je res velika konkurenca, saj je veliko dejavnosti in manjših podjetij s to dejavnostjo, vendar načrtujemo, da bomo v drugem letu poslovanja panogo razširili še na druge storitve in s tem doregistrirali osnovno panogo zaključnih del v gradbeništvu.

4.3.2 Podjetje in izbrana organizacijska oblika

Naša firma je gradbeno podjetje LEA s.p., njena glavna dejavnost bo polaganje keramike in kamna. Pravno organizacijsko bomo delovali kot samostojni podjetnik. Naš sedež bo v Rušah in firma bo začela poslovati s 1.1.2014.

Ustanovitelj firme bo naša družina. To smo mož, hčerka in jaz. Predvidevamo, da ob ustanovitvi ne bi smelo prihajati do kakršnihkoli ovir in zapletov, saj smo vsi podkovani z ustreznim predznanjem za opravljanje del.

Naše podjetje se bo v prihodnjih letih poslovanja razširilo v še več dejavnosti, tako da bi lahko naredili končna zaključna dela na objektu od ometov do finalizacije.

4.3.3 Predmet ponudbe

Predmet ponudbe je:

- polaganje vseh vrst keramike,
- polaganje kamna,
- polaganje parketa,
- polaganje laminata,
- polaganje toplih podov, itisonov, plute linoleja in tapet),
- vzdava kaminov in njihove obloge.

4.4 Tržišče

4.4.1 Analiza trga

Kot samostojni podjetnik imamo na trgu večje možnosti, saj smo si zastavili jasne cilje ter se zanašamo na našo strokovnost in fleksibilnost. Zaradi naše majhnosti bomo imeli nižje fiksne stroške in lažje bomo prodirali na trg z bolj konkurenčnimi cenami.

Naš začetek raziskave je bil z anketnim vprašalnikom, na katerega smo dobili določene odgovore za naše nadaljnje delo. Po AJPEU smo pregledali manjša podjetja, ki se ukvarjajo s to dejavnostjo, njihovo poslovanje in rezultate. Spoznali smo, da gre manjšim podjetjem poslovanje veliko bolj dobičkonosno kot pa večjim podjetjem, ki se precej spopadajo s finančno krizo.

4.4.2 Analiza kupcev

Ob analiziranju kupcev smo ugotovili, da so stranke, ki dajo delo same v izvajanje, veliko boljši plačniki, kot pa če vzamemo delo preko določenih podjetij. Velika podjetja strmijo samo za tem, da je delo čim prej in kakovostno opravljeno, material je nabavljen od manjših dobaviteljev, ki potem kreditirajo večja podjetja, ta pa delo plačajo na 30 ali 60 dnevni odlog in s tem lahko hitro uničijo manjše podjetje, ki nima večjega kapitala. Zato smo se odločili, da bomo delali za začetek z manjšimi strankami, da si zagotovimo določen kapital.

4.4.3 Analiza konkurence

Podrobno smo raziskali trg za mizo in na terenu, tako da smo spoznali, kakšna je konkurenca v gradbeništvu ter kakšne imamo prednosti in slabosti v primerjavi s konkurenco..

4.4.4 Načrt tržnih ciljev

Naši tržnih ciljev so:

- kakovostno obvladovanje trga,
- biti v srednjem kakovostnem in cenovnem razredu,
- oblikovati kakovost v podjetniški in po prodajni kulturi,
- prepoznati elemente socialnega trženja,
- doseči letni promet v prvem letu v višini 136.000 EUR,
- dosegati do 10 % tržnega deleža,
- dosegati letni promet do 270.000 EUR v četrtem letu poslovanja.

4.4.5 Načrt tržne strategije

Tržne strategije podjetja so:

- izkoriščanje posamezne možnosti in tržne priložnosti, da jih izpeljemo čim bolj racionalno in konkurenčno glede na izvedbo drugih podjetij,
- pridobiti in ohraniti čim več obstoječih in novih kupcev,
- doseči in preseči prednosti konkurence,
- najboljše izkoristiti slabosti konkurence,
- ponuditi še večje ugodnosti od konkurence,
- narediti si čim bolj prodorno reklamo,
- izbrati moramo čim bolj prodorno geslo podjetja,
- zagotavljali si nove tržne lokacije,
- pridobivati informacije o zadovoljstvu naših kupcev.

4.4.6 Podjetniška kalkulacija izbranega reprezentanta

Kalkulacija je računski postopek, s katerim izračunamo povprečne stroške stroškovnega nosilca (Rebernik, 20008, 307).

Ko želimo ugotoviti povprečne stroške posamezne storitve, mora imeti podjetje urejeno:

- zajemanje stroškov in
- razporejanje stroškov na stroškovne nosilce.

Za primer v kalkulaciji je izbrana storitev podjetja za polaganje keramike za prvo leto poslovanja, ki znaša 1200 m².

Kalkulacijske osnove so:

- delež kalkulirane storitve v strukturi prihodka: 31,75 %
- planirana količina kalkuliranega reprezentanta letno: 1200 m²

Postavka	Algoritem	Vrednost
1. Strošek materiala	$51.000 \times 31,75 \% / 1200$	13,49 €
2. Strošek dela	$34.480 \times 31,75 \% / 1200$	9,12 €
3. Strošek amortizacije	$3.590 \times 31,75 \% / 1200$	0,95 €
4. Strošek poslovanja	$33.202 \times 31,75 \% / 1200$	8,78 €
5. Lastna cena	$1 + 2 + 3 + 4$	32,34 €
6. Želen dobiček	Lastna cena $\times 10 \%$	3,23 €
7. Prodajna cena	$5 + 6$	35,57 €

Tabela 21: Kalkulacija izbranega reprezentanta

Vir: Lasten

Komentar: Kalkulirana prodajna cena je za 0,43 EUR nižja od načrtovane prodajne cene v načrtu prodaje, kar pomeni, da imamo še rahlo rezervo za povečevanje stroškov ali želenega dobička.

4.5 SWOT analiza

N O T R A N J I V P L I V I	PREDNOSTI + – konkurenčna cena – kakovost storitev – hitra prilagodljivost in odzivnost – izkušnje v ustanovljeni stroki – ni potreben ustanovitveni kapital – uporaba kakovostnih lepil in fugirnih mas – želja po zagotovljenem uspehu.	SLABOSTI – – majhna finančna moč, – majhnost podjetja, – neuveljavljenost na trgu, – nihajoča obdobja naročil, – padec naročil zaradi letnega časa, – neizkušenost v podjetništvu, – v poslovanju jamstvo z vsem svojim premoženjem, – obdavčitev po Zakonu o dohodnini
Z U N A N J I V P L I V I	MOŽNOSTI (priložnosti) – potrebe trga po kakovosti, – interes strank po kratkih rokih izvedbe, – trg ne prenese dolgih čakalnih vrst na izvedbo, – odločanje strank za naročilo na osnovi referenc izvajalca, – širok krog potencialnih strank – rast povpraševanja, – zahteva trga po zanesljivosti, – potreba trga po prevzemu garancije za izvedbo del.	OVIRE (nevarnosti) – pojav vedno nove konkurence, – vezanost na zaloge materiala, – plačilna nedisciplina, – začetna neprepoznavnost, – nezadovoljni kupci, – prezahtevni kupci, – močna konkurenca, – nepoznavanje konkurence.

Tabela 22: SWOT analiza

Vir: Lasten

4.6 Načrtovanje prodaje

4.6.1 Osnove za načrtovanje prodaje

Podjetje ne bi delovalo, če svojega dela ne bi načrtovali in organizirali. Zato je potrebno dejavnosti, funkcije in procese v podjetju skrbno načrtovati in organizirati. Kot pomembna funkcija je prodaja in ravno zato moramo načrtovanju in organiziranju posvečati še posebno pozornost.

Prodaja je v današnjih časih za podjetje največji izziv, saj je potrebno usklajevati interese prodajalcev in kupcev. Prodajni pristopi temeljijo na ustvarjanju kupčevega zaupanja in prepoznavanju njegovih potreb. Dober prodajalec je lahko za podjetje najboljša reklama, saj predstavlja neposreden stik s kupcem. Z uspešnim načrtovanjem prodaje podjetje lažje dosega zastavljene cilje ter konkurira na trgu.

4.6.2 Količinska napoved prodaje

Predmet prodaje	Enota mere	Leto 1	Leto 2	Leto 3	Leto 4
polaganje keramike	m ²	1200	1800	2300	2700
polaganje kamna	m ²	450	675	960	1013
polaganje parketa	m ²	450	675	950	1013
polaganje laminata	m ²	1400	2100	2300	3150
polaganje ostalih podov	m ²	300	450	600	675
vzidava kamina in obloga	kom	12	12	12	12

Tabela 23: Količinska napoved prodaje

Vir: Lasten

4.6.3 Vrednostna napoved storitve

Predmet prodaje	Povprečna vrednost	Leto 1	Leto 2	Leto 3	Leto 4
polaganje keramike	36 €/m ²	43.200	64.800	82.800	97.200
polaganje kamna	30 €/m ²	13.500	20.250	28.800	30.390
polaganje parketa	55 €/m ²	24.750	37.125	52.250	55.715
polaganje laminata	15 €/m ²	21.000	31.500	34.500	47.250
polaganje ostalih podov	12 €/m ²	3.600	5.400	7.200	8.100
vzidava kamina in obloga	2.500 €	30.000	30.000	30.000	30.000
Skupaj realistična napoved		136.050,00	189.075	235.550	268.655
Mesečna realistična napoved		11.338	15.756	19.629	22.388
Pesimistična napoved		10.200	13.500	18.600	21.600
Optimistična napoved		13.200	18.000	21.300	24.300

Tabela 24: Vrednostna napoved prodaje

Vir: Lasten

4.7 Načrt nabave, reklame in drugih tržnih dejavnikov

4.7.1 Načrt nabave in vrednostna napoved

Za nemoten potek proizvodnje je poleg delovnih sredstev, delovne sile in delovnih predmetov potrebno pripraviti tudi dokumentacijo in materiale, s katerimi sprožimo proizvodni proces in ga tudi kontroliramo (Drnovšek, Stritar, 2007, 88). V podjetju je jasno, da ima materialna dejavnost nabave veliko vlogo, saj brez materiala v gradbeništvu ni poslovanja. Materialno poslovanje tako vključuje načrtovanje nabave surovin, pomožnih materialov ter transport materialov in seveda skladiščenje, če je nabavljeno za rezervo. Pri našem podjetju bomo material nabavili sproti za posamezne objekte in ga dostavili kar na objekt, tako da ne bo šlo, razen kakšnih ostankov, skoraj ničesar na skladišče. Za nabavo materialov bomo sklenili pogodbe s trgovinami. S tem, ko bomo imeli sklenjeno pogodbo, se bomo lažje dogovarjali za

količine in ceno določenih materialov. Tako smo se že dogovarjali s trgovino Merkur, Baumax, Bauhaus, Mibra in Obi.

VREDNOSTNA NAPOVED NABAVE:

Predmet nabave	Povprečna vrednost/mes	Leto 1	Leto 2	Leto 3	Leto 4
Vezni material (lepila, fugirna masa)	355	21.000	23.100	25.410	25.410
Izravnalni material (esetrihi, izravnalne mase)	125	7.200	7.920	8.710	8.710
Izolacijski materiali (razne izolacije, dich folije)	185	10.800	11.880	13.070	13.070
Drobni material (križci, kajlice, letve, gobe)	85	4.800	5.280	5.810	5.810
Ostali material	125	7.200	7.920	8.710	8.710
Skupna vrednost nabave	875	51.000	56.100	61.710	61.710

Tabela 25: Vrednostna napoved nabave

Vir: Lasten

V vrednostni napovedi nabave smo prikazali povprečne vrednosti na mesec in za vsako naslednjo leto naj bi se povečale najmanj za 10 %. To so okvirne napovedne vrednosti, ki pa se lahko med letom spreminjajo glede na izvajalna dela.

4.7.2 Reklama in drugi vplivi tržnih dejavnikov

Naša začetna najboljša reklama bosta dobro trženje in kakovostno kvalitetno poslovanje. Nadalje smo se odločili, da bomo v reklamo kar precej vložili, saj hočemo čim bolj prodreti na tržišče. V prvem letu smo pripravljeni v reklamo vložiti do 2.500 €, saj je dobra reklama lahko polovica posla.

Drugi vplivi tržnih dejavnikov:

- ekonomski (gospodarska kriza, vpliv konkurence, nihanje povpraševanja),
- tehnološki (najem prostora za pisarne in skladišča, nabava opreme in strojev, prevoznega sredstva),
- vpliv državnih organov (premalo ugodnih posojil s strani države, visoki davki, ki se še večajo, čakalna vrsta za subvencije).

4.8 Organizacija in načrt kadrov

4.8.1 Organizacijska oblika podjetja

Podjetje bo registrirano kot samostojni podjetnik (s.p.). Upravljanje podjetja bo vodil samostojni podjetnik, ki bo hkrati tržnik. Naročila kupcev bomo sprejemali preko našega prodajnega referenta in preko elektronske pošte ali našega spletnega mesta.

4.8.2 Načrt kadrov

V našem podjetju bodo zaposleni:

Delovno mesto	Izobrazba	Datum zaposlitve	Leto 1	Leto 2	Leto 3	Leto 4
Samostojni podjetnik in tržnik	VII	01. 01. leta 1	1	1	1	1
Računovodja	VI	01. 01. leta 1	1	1	1	1
Keramičar	V	01. 01. leta 1	1	1	1	1
Pomožni delavec	III	01. 01. leta 2	---	1	2	3
Skupaj zaposleni			3	4	5	6

Tabela 26: Kadrovska projekcija

Vir: Lasten

4.8.3 Načrt stroškov dela

Stroški dela bodo znašali:

Delovno mesto	Bruto plača/mesec	Leto 1	Leto 2	Leto 3	Leto 4
S. p. in tržnik	975	11.700	11.700	11.700	11.700
Računovodja	949	11.380	11.380	11.380	11.380
Keramičar	949	11.380	11.380	11.380	11.380
Pomožni delavec	852	----	10.224	20.448	30.672
Skupaj plače	3.725	34.480	44.684	54.908	65.142
Prehrana(6 €/dan/delavca)	---	4.320	5.760	7.200	8.640
Regres za dopust	---	2.400	3.200	4.000	4.800

Tabela 27:Načrt stroškov dela

Vir:Lasten

4.9 Pogoji poslovanja

4.9.1 Znanje

V podjetju smo dobro usposobljen kader, saj imamo že vsi kar nekaj izkušenj z vodenjem in delom, ki ga bomo opravljali. Današnja tehnologija pa tako hitro napreduje, da se je potrebno nenehno izobraževati in nadgrajevati svoje znanje. Zato bomo posvetili kar nekaj pozornosti za informiranje o novostih na tržišču in odkrivanju novih materialov. Potrebno bo obiskovati čim več priznanih sejmov in seminarjev, zato pri tem ne bomo gledali na stroške, saj se nam to lahko hitro povrne z dobičkom. Pomembno je tudi sprotno spremljanje sprememb, zakonodaje in predpisov.

4.9.2 Poslovni prostor

Sedež našega podjetja bo na domačem naslovu in tako za začetek ne potrebujemo dodatnih drugih prostorov, saj bo delo večji del terensko. Manjše zaloge, ki bi mogoče ostale, pa se

lahko za začetek shranijo v kletnih prostorih. Tako prihranimo na strošku za najem poslovnih prostorov.

4.9.3 Oprema

Vrsta opreme	Vrednost	Leto 1	Leto 2	Leto 3	Leto 4
Pisarniško pohištvo	250	250	---	---	---
Računalniška oprema	2.000	2.000	---	---	5.000
Tehnološka oprema	8.500	8.500	2.500	2.000	---
Transportna oprema	6.000	6.000	---	10.000	---
Druga oprema	1.200	1.200	1.500	1.000	2.000
Skupna vrednost opreme	---	17.950	4.000	13.000	7.000

Tabela 28: Načrt opreme

Vir: Lasten

4.9.4 Načrt naložb in virov zanje

Načrtovana vlaganja v pisarniško in računalniško opremo bomo krili iz lastnih sredstev in subvencij. Za transport bomo samo dodelali obstoječa vozila in s časom nabavili nova. Tujih vračljivih virov v planskem obdobju ne načrtujemo.

4.10 Kritična tveganja in problemi ter protiukrepi

Kritična tveganja in problemi pri načrtovanju gradbenega podjetja se pojavijo predvsem pri premalo usposobljenem kadru, dolgih plačilnih rokih ali pa neplačevanje storitvenega dela in materialov, z delom na črno ipd. Tveganja so tudi pogojena z vremenskimi spremembami, saj se nekatera gradbena dela izvajajo tudi zunaj.

Protiukrepe za usposabljanje kadrov bomo rešili, tako da bomo kader dobro podučili in ga poslali na dodatna usposabljanja. Pri plačilni sposobnosti sami ne moremo ukrepati, če za to ne bo poskrbela država z določenimi ukrepi in zakoni. Pri vremenskih pogojih pa lahko izbiramo med materiali, ki so odporni na zunanje dejavnike (mraz, dež, itd...).

5 FINANČNI NAČRT

5.1 Osnove in izhodišča za finančno načrtovanje

Finančni načrt je zelo pomemben za uspeh v poslovanju, ker navadno potencialni investitorji najbolj natančno pregledajo ravno ta del, saj ga je potrebno opredeliti s spremnim tekstom.

Osnove in izhodišča za finančno načrtovanje smo napravili načrt pričakovane uspešnosti podjetja za prva štiri leta. Za prihodke smo uporabili realistično napoved prodaje, med stroške pa uvrstili načrt stroškov nabave in stalne stroške poslovanja. Pri denarnem toku smo upoštevali še priliv sredstev iz subvencije za samozaposlitev s.p. Z navedenimi izhodišči in s pomočjo računalniškega programa za finančno načrtovanje pri predmetu Podjetništvo na VSŠ Academia smo za 4 letno obdobje izdelali načrt stroškov, izkaz poslovnega izida, kazalce uspešnosti, izkaz denarnih tokov, izračun praga rentabilnosti in izkaz stanja.

Načrt stroškov in finančnih odhodkov v prvem letu poslovanja

	v EUR
SPREMENLJIVI STROŠKI	
1. Nabavna vrednost materiala	51.000
2. Nabavna vrednost blaga	
3. Stroški proizvodnih storitev	
4. Stroški zalog	
5. Spremenljivi del plač – bruto	
6. Pogodbena ali avtorska dela	
Skupaj spremenljivi stroški	51.000
STALNI STROŠKI	
1. Stalni del plač, bruto	34.480
2. Davki in prispevki na plače	5.482
3. Režijske tuje storitve	0
4. Režijski material in drobn inventar	10.200

5.	Amortizacija	3.590
6.	Stroški zakupa	0
7.	Energija in PTT	5.200
8.	Najemnina	0
9.	Stroški dela	0
10.	Reklama	2.500
11.	Zavarovanje	1.000
12.	Drugi stroški	8.820
V tem: potni stroški		1.500
Prehrana		4.320
Regres		2.400
Ostalo		600
Skupaj stalni stroški		71.272
ODHODKI FINANCIRANJA		
1.	Obresti dolgoročnih kreditov	0
2.	Obresti kratkoročnih kreditov	0
Skupaj odhodki financiranja		0
SKUPNI STROŠKI		122.272

Tabela 29: Načrt stroškov 1. leto

Vir: Lasten

5.2 Načrt stroškov poslovanja

Vrsta stroškov v EUR	leto	leto	leto	leto
	1	2	3	4
A. SPREMENLJIVI STROŠKI				
1. Nabavna vrednost materiala	51.000	56.100	61.710	61.710

2.	Nabavna vrednost blaga	0	0	0	0
3.	Stroški proizvodnih storitev	0	0	0	0
4.	Stroški zalog	0	0	0	0
5.	Spremenljiv del plač – bruto	0	5.000	8.000	10.000
6.	Pogodbena ali avtorska dela	0	0	0	0
Skupaj spremenljivi stroški		51.000	61.100	69.710	71.710
B. STALNI STROŠKI					
1.	Stalni del plač – bruto	34.480	44.684	54.908	65.142
2.	Davki in prispevki na plače in pog. dela	5.482	7.105	8.730	10.358
3.	Režijske tuje storitve	0	0	0	0
4.	Režijski material in drobni inventar	10.200	15.100	17.920	20.530
5.	Amortizacija	3.590	4.390	6.990	8.390
6.	Stroški zakupa	0	0	0	0
7.	Energija in PTT	5.200	8.350	10.620	12.300
8.	Najemnina	0	0	0	0
9.	Reklama	2.500	6.000	7.000	8.000
10.	Zavarovanje	1.000	1.500	2.000	2.500
11.	Drugi stroški	8.820	13.060	19.200	23.640
v tem: - potni stroški		1.500	1.800	2.100	2.400
-	prehrana	4.320	5.760	7.200	8.640
-	regres	2.400	3.200	4.000	4.800
-	ostalo	600	2.300	5.900	7.00
Skupaj stalni stroški		71.272	100.189	127.368	150.860
C. ODHODKI FINANCIRANJA					
1.	Obresti dolgoročnih kreditov	0	0	0	0
2.	Obresti kratkoročnih kreditov	0	0	0	0

Skupaj odhodki financiranja	0	0	0	0
D. IZREDNI ODHODKI	0	0	0	0
E. SKUPNI STROŠKI	122.272	161.289	197.078	222.570

Tabela 30: Načrt stroškov poslovanja

Vir: Lasten

5.3 Načrt izkaza poslovnega izida

Postavka v EUR	leto	leto	leto	leto
	1	2	3	4
1. PRIHODKI	136.050	189.075	235.550	268.655
1.1. Prihodki od prodaje	136.050	189.075	235.550	268.655
1.2. Prihodki od financiranja	0	0	0	0
1.3. Izredni prihodki	0	0	0	0
2. ODHODKI	122.272	162.084	198.350	224.160
2.1. Stroški začetnih zalog	0	0	0	0
2.2. Stroški končnih zalog	0	0	0	0
2.3. Stroški nakupa materiala	51.000	56.100	61.710	61.7100
2.4. Nabavna vrednost blaga	0	0	0	0
2.5. Stroški storitev	0	0	0	0
2.6. Amortizacija	3.590	4.390	6.990	8.390
2.7. Plače bruto	34.480	49.684	62.908	75.142
2.8. Davki in prispevki	5.482	7.900	10.002	11.948
2.9. Ostali stroški poslovanja	27.720	44.010	56.740	66.970
2.10. Odhodki od financiranja	0	0	0	0
2.11. Izredni odhodki	0	0	0	0
2.12. Pokritje izgube prejšnjih let	0	0	0	0

3. DOBIČEK PRED OBDAVČENJEM	13.778	26.991	37.200	44.495
4. DAVEK OD DOBIČKA	3.444	6.748	9.300	11.124
5. ČISTI DOBIČEK	10.333	20.243	27.900	33.372
6. SREDSTVA ZA REPRODUKCIJO	13.923	24.633	34.890	41.762

Tabela 31: Načrt izkaza poslovnega izida

Vir: Lasten

5.4 Načrt kazalcev uspešnosti

Kazalec Enačba	leto	leto	leto	leto
	1	2	3	4
prihodki (1)				
GOSPODDARNOST-----	1,10	1,17	1,19	1,20
odhodki (2)				
dobiček (3)				
Donosnost prih. -----x 100	10,13	14,28	15,79	16,56
prihodki (1)				

Tabela 32: Načrt kazalcev uspešnosti

Vir: Lasten

5.5 Načrt izkaza denarnih tokov

Postavka v EUR	leto	leto	leto	leto
	1	2	3	4
1. ZAČETNI ZNESEK GOTOVINE	7.500	28.868	56.804	94.246

2. VPLAČILA	140.050	189.075	235.550	268.655
2.1. Prejemki od prodaje	136.050	189.075	235.550	268.655
2.2. Prejemki izrednih prihodkov	0	0	0	0
2.3. Prejemki in financiranja	0	0	0	0
2.4. Subvencije	4.000	0	0	0
2.5. Druga vplačila	0	0	0	0
3. IZPLAČILA	118.682	161.138	198.108	225.069
3.1. Nakup opreme	0	0	0	0
3.2. Nakup materiala in blaga	51.000	56.100	61.710	60.710
3.3. Plače in prispevki	39.962	57.584	72.910	87.090
3.4. Stroški poslovanja	27.720	44.010	56.740	66.970
3.5. Anuitete in obresti	0	0	0	0
3.6. Davek na dobiček	0	3.444	6.748	9.300
4. Končni znesek gotovine	28.868	56.804	94.246	137.832

Tabela 33: Načrt izkaza denarnih tokov

Vir: lasten

5.6 Načrt praga rentabilnosti

Vrsta izračuna	Enačba	leto	leto	leto	leto
		1	2	3	4
	stalni stroški				
1.	Vrednost (v %)-----x 100	83,80	78,29	76,80	76,60
	prihod.- sprem.str.				
	stalni stroški				

2. Prag pokritja ----- x 100	52,39	52,99	54,07	56,15
stalni str. (v %) prihodki				

Tabela 34: Prag rentabilnosti

Vir: lasten

5.7 Načrt izkaza stanja

Postavka v EUR	Leto 1	Leto 2	Leto 3	Leto 4
PREMOŽENJE (aktiva)				
A. STALNO PREMOŽENJE	17.950	18.390	26.980	26.990
1. Neopredmetena dolgoročna sredstva	0	0	0	0
(patenti, licence, zagonski stroški)				
2. Opredmetena osnovna sredstva	17.950	18.390	26.980	26.990
(zemljišče, zgradbe, stroji, oprema)				
3. Dolgoročne finančne naložbe	0	0	0	0
(delnice, obveznice)				
B. GIBLJIVO PREMOŽENJE	35.000	47.000	37.000	41.000
1. Zaloge (materiala, proizvodov, blaga)	0	0	0	0
2. Dolgoročne terjatve (dana posojila)	0	0	0	0
3. Kratkoročne terjatve (kupci)	30.000	37.000	25.000	26.000
4. Kratkoročne finančne naložbe	0	0	0	0
5. Denar in vrednostni papirji	5.000	10.000	12.000	15.000
6. Aktivne časovne razmejitve	0	0	0	0
C. SKUPAJ PREMOŽENJE	52.950	65.390	63.980	67.990

D. ZUNAJ BILANČNO	0	0	0	0
PREMOŽENJE (LEASING)				
VIRI PREMOŽENJA (pasiva)				
A. TRAJNI VIRI PREMOŽENJA	34.950	45.390	41.980	47.990
– Osnovni kapital	7.500	7.500	7.500	7.500
– Revalorizacijske rezerve	0	0	0	0
– Nerazporejeni dobiček	27.450	37.890	34.480	40.490
B. DOLGOROČNE REZERVACIJE	0	0	0	0
C. DOLGOROČNE OBVEZNOSTI	0	0	0	0
(dolgoročni krediti)				
D. KRATKOROČNE OBVEZNOSTI	18.000	20.000	22.000	20.000
(dobavitelji, predujmi, kratkoročni krediti)				
E. PASIVNE ČASOVNE RAZMEJITVE	0	0	0	0
F. SKUPAJ VIRI PREMOŽENJA	52.950	65.390	63.980	67.990

Tabela 35: Izkaz stanja

Vir: Lasten

5.8 Komentar k finančnemu načrtu

NAČRT STROŠKOV POSLOVANJA

Zaradi storitvenih del na terenu za začetek ne potrebujemo stroškov najemnine. Naši stroški bodo plače in prispevki, režijski material in drobni inventar in ostali stroški poslovanja. Stroški se bodo vsako leto povečevali, saj imamo namen zaposliti dodatnega delavca. Namenili smo tudi veliko stroškov za zavarovanje delavcev in strojev.

IZKAZ POSLOVNEGA IZIDA

Poslovni izid ali izkaz uspeha nam pove, kako je podjetje poslovalo v določenem obdobju. Z razliko med prihodki in odhodki vemo, ali je ustvarilo izgubo ali dobiček.

V našem primeru posluje podjetje pozitivno vsa štiri leta, kar izkazujejo zneski čistega dobička od 10.333 EUR v prvem letu in nato s trendom rasti do 33.372 EUR v četrtem letu.

KAZALCI USPEŠNOSTI

Gospodarnost poslovanja kaže na učinkovitost poslovanja podjetja z razmerjem med celotnimi prihodki in odhodki.

Kazalec gospodarnosti je vsa štiri leta večji od 1 in se giblje od 1,11 v prvem, do 1,20 v četrtem letu, kar pomeni, da bodo prihodki večji od odhodkov in se bo dobiček gibal med 10 in 20 %.

Kazalec donosnosti prihodkov izračunamo z delitvijo dobička s prihodki. Tako nam v vseh štirih letih prikazuje ugodno donosnost prihodkov, ki se giblje od 10,13 v prvem do 16,56 v četrtem letu.

IZKAZ DENARNIH TOKOV

Denarni tok tvorijo prejemki in izdatki. Prejemki pomenijo priliv denarja v podjetje, izdatki pa odliv denarja iz podjetja. Njihova razlika je neto denarni tok. Denarni tok v našem podjetju v veliki meri vpliva na to, kakšna bo likvidnost (plačilna sposobnost) podjetja. To pomeni, da je podjetje lahko v nekem trenutku na določen dan likvidno, če lahko poravnava zapadle obveznosti v tem istem trenutku. Kar pomeni, da bodo denarna sredstva na ta dan zadoščala za poravnavo obveznosti, ki ta dan zapadejo v plačilo. Naše podjetje je izkazalo likvidnost skozi vso plansko obdobje.

PRAG RENTABILNOSTI

Prag rentabilnost nam prikazuje točko preloma, kjer se izenačijo prihodki in odhodki in je dobiček 0. V prvem letu je prag donosnosti ali točka preloma, ko so se vsi stroški izenačili s

prihodki, dosežen pri 83,80 % realizacije načrtovane prodaje. Naslednja leta prag rentabilnosti skladno z rastjo dobička pada in v četrtem letu doseže 76,60 % realizacije načrtovane storitve.

IZKAZ STANJA

Izkaz stanja ali bilanca stanja nam prikazuje uravnoteženost sredstev z uravnoteženostjo virov sredstev za naslednja štiri leta, kar je pomembno pri presoji bonitete podjetja.

6 TERMINSKI PLAN

AKTIVNOST	TERMIN
Priprava poslovnega načrta	April 2013
Nabava opreme	Avgust 2013
Start podjetja in ustanovitveni kapital	Januar 2014
Urediti žig podjetja	Januar 2014
Podpis pogodb	Januar 2014
Odprtje poslovnega računa na banki	Januar 2014
Priprava pogodb o zaposlitvi za zaposlence	Januar 2014
Pridobivanje finančnih virov - subvencije	Januar 2014
Oddaja obrazca na DURS za akontacijo dohodnine	Januar 2014
Priprava programa za vodenje dvostavnega knjigovodstva	Januar 2014
Dodatna zaposlitev	Januar 2014
Dodatna zaposlitev	Januar 2014
Dodatna zaposlitev	Januar 2014

Tabela 36: Terminski plan

Vir: Lasten

7 ZAKLJUČEK

V diplomskem delu smo predstavili ustanovitev firme od začetne ideje, ki se nam je porodila v glavi, do raziskave trga, s poslovnim in finančnim načrtom.

Pri podjetništvu smo sestavljali poslovni načrt neke namišljene firme. Ideje za posel so padale iz vseh strani. Tako je tudi pri nas prišla ideja, da bi družina zaradi brezposelnosti ustvarila neko družinsko podjetje. Ob iskanju priložnosti se nam je utrnila ideja, da ustvarimo podjetje z zaključnimi gradbenimi deli. Posvetovali smo se in tako je iz ideje začelo nastajati podjetje.

V uvodu smo si najprej zastavili nekaj poslovnih ciljev, ugotavljali smo tudi, katere bodo naše omejitve in kako bomo začeli z raziskovalnim delom. Naredili smo anketni vprašalnik, ki smo ga poslali po e-pošti, šli pa smo tudi na ulice in individualno anketirali naključne anketirance.

Rezultati so pokazali, da je zanimanje za naše storitvene dejavnosti precej veliko in da so stranke pripravljene zaupati prej manjšim podjetjem, kot pa večjim gigantom.

V poslovnem načrtu smo ob analizi kupcev in trga spoznali naše prednosti in slabosti v primerjavi s konkurenco in ovire pri vstopu na tržišče, kot novo nastalo gradbeno podjetje.

Pri kalkuliranju cen smo ugotovili, da smo ceno storitev s kalkulirali tako, da imamo še rahlo rezervo za povečanje stroškov ali zelenega dobička. Določili smo količinsko napoved prodaje in vrednostno napoved storitev, da smo lahko primerjali s stroški in s tem ugotavljali, ali bo podjetje poslovalo uspešno. V finančnem načrtu sta izkaz poslovnega izida in izkaz denarnih tokov pokazala, da bo podjetje poslovalo z dobičkom in bo v prihodnosti likvidno.

Obdelana tema v diplomskem delu je pokazala, da se podjetniška ideja o ustanovitvi podjetja lahko uresniči. Na podlagi te ideje se lahko družinski člani samozaposlijo in uresničijo svoj življenjski cilj.

Sama izdelava diplomskega dela mi je prinesla vpogled v podrobnejšo analizo in obdelavo poslovnega načrta, ob ustanovitvi takšnega podjetja. Spoznala sem, s katerimi problemi se srečaš ob ustanovitvi in kaj vse moraš raziskati, da podjetje uspešno deluje.

Sam študij na akademiji mi je prinesel veliko znanja iz računovodstva, saj do zdaj še nisem delala v tej stroki, se mi pa v bodoče obeta možnost, da lahko prevzamem mesto računovodje, saj se bodo v podjetju v kratkem zamenjali kadri zaradi upokojitve in na podlagi moje izobrazbe na Academia imam odprto to delovno mesto.

8 UPORABLJENA LITERATURA IN VIRI

8.1 Literatura

1. Antončič, B, Hisrich, R., Petrin, T., Vahčič, A.: *Podjetništvo*, Ljubljana 2002.
2. Belak, J.: *Politika podjetja in strateški management*, MER Evrocenter , Gubno 1999.
3. Drnovšek, M., Stritar, R.: *Podjetništvo*, Univerza Ljubljana, Ljubljana, 2007.
4. Fundak, M., Mohorič, M.: *Ekonomika poslovanja 1*, Mohorjeva družba, Ljubljana 2010.
5. Koletnik, F.: *Proučevanje (analiziranje) računovodskih izkazov*, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Ljubljana 2006.
6. Potočnik, V.: *Trženje storitev*, Gospodarski vestnik, Ljubljana 2000.
7. Potočnik, V.: *Kalkulacije in DDV za podjetnike, obrtnike, trgovce*, Gospodarski vestnik, Ljubljana 1999.
8. Lidija Robnik: *Računovodstvo za samostojne podjetnike*, Academia, Ljubljana, Ljubljana 2008.
9. Šauperl, F. : *Podjetništvo*, Academia, Maribor 2009.
10. Šauperl, F. : *Delovni listi za poslovni načrt*, Maribor 2009.
11. Šauperl, F.: *Računalniški program za finančni načrt*, Academia, Maribor, 2009.
12. Šauperl, F.: *Navodilo za uporabo računalniškega programa za finančni načrt*, Academia, Maribor, 2009.
13. Širec, K., Rebernik, M. : *Ekonomika podjetja*, GV založba, Ljubljana, 2008.
14. Vahčič, Bučar, Drnovšek, Logar: *Osnove podjetništva*, Ekonomska fakulteta Ljubljana, Ljubljana 1998.

8.2 Viri

1. SRS, splošni računovodski standardi (Ur. list RS, št. 118/5)

9 PRILOGE

9.1 Anketni vprašalnik

ANKETA

Spoštovani!

Sem Jožica Ferenc, izredna študentka VSS Akademii, program ekonomist računovodja. Za potrebe svoje diplomske naloge z naslovom: **Raziskava trga in poslovni načrt za ustanovitev gradbenega podjetja LEA s.p.**, pripravljam raziskavo trga in Vas prosim za pomoč in rešitev kratkega anketnega vprašalnika.

Vprašalnik je anonimen. Podatki pridobljeni z anketnim vprašalnikom bodo uporabljeni izključno za potrebe moje diplomske naloge.

Za sodelovanje se Vam najlepše zahvaljujem!

Jožica Ferenc

1. Spol:

- ☐ ženski
- ☐ moški

2. Starost:

- ☐ do 18 let
- ☐ od 18 do 28 let
- ☐ od 28 do 38 let
- ☐ od 38 do 48 let
- ☐ od 48 do 58 let
- ☐ več kot 58 let

3. Stopnja izobrazbe:

- ☐ osnovna šola
- ☐ srednja šola
- ☐ višja šola
- ☐ visoka šola
- ☐ magisterij
- ☐ doktorat

4. Vaš trenutni status:
- ☐ Študent
 - ☐ Zaposlen
 - ☐ Direktor
 - ☐ Brezposelni
 - ☐ Gospodinja
5. Vaš kraj bivanja:
- ☐ Urbano naselje
 - ☐ Predmestje
 - ☐ Podeželje
6. Načrtujete v kratkem adaptacijo stanovanja ali novogradnjo?
- ☐ Da
 - ☐ Ne
 - ☐ Imam urejeno
7. Kaj vam je pomembno, ko iščete izvajalce za adaptacijo stanovanja ali novogradnjo?
- ☐ Cena
 - ☐ Kvaliteta
 - ☐ Pristop izvajalca
 - ☐ Ponudba ali predračun
8. Kateri podatki o proizvajalcu vas najbolj pritegnejo?
- ☐ Prepoznavnost proizvajalca
 - ☐ Cena
 - ☐ Termin – rok storitve
 - ☐ Slika ali tehnični list
9. Na kakšen način iščete izvajalce?
- ☐ Vizitka prijateljev

- ☐ Priporočilo prijateljev
 - ☐ Po spletnih straneh
 - ☐ V trgovini ob nakupu
10. V katerih medijih največkrat zasledite reklame ponudnikov?
- ☐ V časopisih in revijah
 - ☐ Po televiziji
 - ☐ Preko spletnih brskalnikov
 - ☐ Drugje
11. Kdo v vašem gospodinjstvu se dogovarja z izvajalcem?
- ☐ Mož
 - ☐ Žena
 - ☐ Oba skupaj
 - ☐ Starši
12. V katere izvajalce imate večjo zaupanje?
- ☐ Samostojne podjetnike
 - ☐ Družbe z omejeno odgovornostjo
 - ☐ Večje koncerne
13. Ste imeli slabe izkušnje s katerim od izvajalcev?
- ☐ Samostojni podjetnik
 - ☐ Družbe z omejeno odgovornostjo
 - ☐ Nikomur
14. Menite, da je zadosti obrtnikov v gradbeništvu?
- ☐ Da
 - ☐ Ne
 - ☐ Preveč
 - ☐ Premalo dobrih
15. Kakšno mnenje imate o samostojnem podjetniku?

- ☐ Dobro
 - ☐ Slabo
 - ☐ Ne zaupam
16. Kaj vam pomeni čas izvedbe (od naročila do končne izvedbe)?
- ☐ Zelo dosti
 - ☐ Malo
 - ☐ Nič
17. Kaj vam pomeni garancijska doba izvajalca?
- ☐ Veliko
 - ☐ Malo
 - ☐ Nič
18. Ste pripravljeni izvajalcu plačati pred izvedbo dela?
- ☐ Da
 - ☐ Delno
 - ☐ Nikoli
19. Pred koliko časa ste uporabljali storitve izvajalcev v gradbeništvu?
- ☐ Dnevi
 - ☐ Tedni
 - ☐ Meseci
 - ☐ Letom
20. Kakšno mnenje imate o odprtju samostojnega podjetnika v zaključnih gradbenih delih?
- ☐ Ima premalo izkušenj
 - ☐ Mu ne zaupam
 - ☐ Začetki so najkvalitetnejši
- ☐ Drugo_____