

**VIŠJA STROKOVNA ŠOLA ACADEMIA
MARIBOR**

DIPLOMSKO DELO

**RAZISKAVA TRGA IN POSLOVNI
NAČRT ZA VZDRŽEVANJE
DVIGAL PODJETJA LIFT, D. O. O.**

Kandidat: Tomaž Kranjčević

Študent izrednega študija

Številka indeksa: 11190040044

Program: Strojništvo

Mentorica: mag. Mirjana Ivanuša Bezjak

Somentor: Franjo Šauperl, univ. dipl. ekon.

Maribor, 2015

IZJAVA O AVTORSTVU DIPLOMSKEGA DELA

Podpisani Tomaž Kranjčević, z vpisno številko 11190040044, sem avtor diplomskega dela z naslovom Raziskava trga in poslovni načrt za vzdrževanje dvigal podjetja Lift, d. o. o., ki sem ga napisal pod mentorstvom mag. Mirjane Ivanuša Bezjak in somentorstvom Franja Šauperla, univ. dipl. ekon.

S svojim podpisom zagotavljam, da:

S svojim podpisom zagotavljam, da:

- je predložena diplomska naloga izključno rezultat mojega dela;
- sem poskrbel, da so dela in mnenja drugih avtorjev, ki jih uporabljam v predloženi nalogi, navedena oz. citirana skladno s pravili Višje strokovne šole Academia (v nadaljevanju VSŠ Academia);
- se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del oz. misli kot moje lastne kaznivo po Zakonu o avtorski in sorodnih pravicah (UL, št. 16/2007 – uradno prečiščeno besedilo 68/08, 110/2013), prekršek pa podleže tudi ukrepom VSŠ Academia skladno z njenimi pravili;
- skladno z 32.a členom ZAPS dovoljujem VSŠ Academia objavo diplomskega dela na spletnem portalu šole.

Maribor, november 2015 Podpis študenta:

ZAHVALA

Zahvaljujem se mentorici mag. Mirjani Ivanuša Bezjak za spodbudo med študijem kot tudi pri pisanju diplomske naloge.

Velika zahvala gre somentorju Franju Šauperlu, univ. dipl. ekon., za ogromno spodbude, usmerjanje, strokovno pomoč in potrpežljivost. Naj povem, da brez vas ta diplomska naloga ne bi ugledala luči sveta.

Zahvaljujem se tudi prof. Kseniji Pečnik za lektoriranje moje diplomske naloge.

Prav tako se zahvaljujem svoji partnerki in staršem za leta in leta razumevanja in spodbujanja, predvsem pa za njihovo potrpežljivost med mojim šolanjem.

POVZETEK

V diplomskem delu obravnavamo podjetje Lift, d. o. o. Podjetje se ukvarja s servisiranjem, z vzdrževanjem in s prenovo dvigal, zato smo z metodo anketiranja želeli raziskati, na katerih področjih bodo potrebne spremembe, na primerna področju strokovnosti, komunikacije, kakovosti vzdrževanja ali razmerja med ceno in kakovostjo. Raziskavo trga smo opravili na vzorcu dosedanjih strank.

V nalogi podrobno predstavimo posamične komponente osebnega dvigala, razložimo, kako varnostni predpisi vplivajo na redno preventivno vzdrževanje dvigal, in prikažemo tehnično-tehnološki vidik izvajanja preventivnega vzdrževanja.

Upoštevajoč vse ugotovitve o dosedanjem poslovanju, rezultate tržne raziskave, želje po spremembi trenda padanja v trend rasti in predpostavk, smo izdelali poslovni načrt obravnavanega podjetja v upanju, da bo ob medgeneracijskem prehodu podjetje znova postalo uspešnejše, kot je bilo zadnjih nekaj recesijskih let. Ob uresničitvi predpostavk v poslovnem načrtu je videti, da bi to bilo mogoče.

Ključne besede: vzdrževanje dvigal, pravilnik, tehnična dokumentacija, raziskava trga, poslovno načrtovanje, poslovni načrt in poslovna uspešnost.

ABSTRACT

MARKET RESEARCH AND BUSINESS PLAN FOR ELEVATOR MAINTENANCE OF THE COMPANY LIFT, LTD

The thesis deals with the company Lift, Ltd. The company is engaged in servicing, maintenance and renovation of elevators, so we used a method of surveying to explore the areas in which the changes will be necessary, for example in the area of professionalism, communication, quality of maintenance, or the ratio between the price and quality. The market research was conducted on a sample of current clients.

The thesis presents in detail the individual components of the elevator, explains how safety rules affect regular preventive maintenance of elevators, and shows the technical-technological aspect of the implementation of preventive maintenance.

Taking into account all the findings of previous operations, the results of the market research, the desire to change the declining trend in the growth trend and the assumptions we made a business plan for the company in the hope that the transition between generations will help the company to become more successful again than it was in the last few recessionary years. Upon the realization of the assumptions in the business plan, it appears that this would be possible.

Keywords: maintenance of elevators, rule book, technical documentation, market research, business planning, business plan and commercial success.

KAZALO VSEBINE

1 UVOD	11
1.1 Opredelitev obravnavane teme	11
1.2 Namen, cilji in osnovne trditve diplomskega dela.....	12
1.3 Predpostavke in omejitve.....	13
1.4Predvidene metode raziskovanja	13
2 STORITVE V STROJNIŠTVUIN PODJETNIŠTVU	14
2.1Storitve v strojništvu.....	14
2.2 Pomen podjetništva in poslovnega načrtovanja.....	15
3 RAZISKOVALNI DEL.....	16
3.1 Raziskava vpliva varnostnih predpisov na servisiranje dvigal	16
3.2 Raziskava o zadovoljstvu izvajanja storitev	17
3.2.1 Opredelitev problema za raziskavo	17
3.2.2 Ključna vprašanja za raziskavo trga.....	18
3.2.3 Metoda raziskave obstoječih in potencialnih uporabnikov dvigal.....	18
3.2.4 Analiza anketnih vprašalnikov	19
3.2.5 Sklepne ugotovitve raziskave in analize trga za poslovno načrtovanje	35
4 TEHNIŠKO-TEHNOLOŠKI VIDIK VZDRŽEVANJADVIGAL	36
4.1 Pravilnik o vzdrževanju dvigal	36
4.2 Tehnična dokumentacija dvigala in zahteve proizvajalca do serviserja	36
4.3 Postopek montaže novega dvigala	37
4.4 Postopek vzdrževanja dvigal in postopek nadomeščanja izrabljenih komponent	40
4.5 Obveznosti serviserja pred dajanjem dvigala v uporabo	41
5 POSLOVNI NAČRT PODJETJA LIFT, D.O.O.	42
5.1Kratka analiza dosedanjega poslovanja	42
5.1.1Predstavitev zgodovine podjetjaLift d. o. o. in dosedanjega poslovanja	42
5.1.2Analiza doseženih poslovnih rezultatov za obdobje 4 let	42
5.2 Cilji in strategijapodjetja.....	43
5.2.1 Cilji poslovanja	43
5.2.2 Strategija poslovanja	43
5.3 Podjetje in ponudba	44
5.3.1 Podjetje.....	44

5.3.2 Predmet ponudbe.....	44
5.3.3 Poslovni odnos proizvajalec in serviser dvigal	44
5.4 Tržišče.....	44
5.4.1 Ciljne skupine kupcev	44
5.4.2 Lokacija kupcev	45
5.4.3 Ključni konkurenti	45
5.4.4 Prednosti konkurence	45
5.4.5 Slabosti konkurence	45
5.4.6 SWOT-analiza za podjetje Lift, d. o. o.	46
5.4.7 Načrt tržnih ciljev.....	47
5.4.8 Načrt tržne strategije	47
5.4.9 Cenovna politika	47
5.4.10 Podjetniška kalkulacija	48
5.4.11 Napoved prodaje	49
Vir: Lasten.....	50
5.4.12 Nabava.....	50
5.4.13 Drugi vplivni tržni dejavniki.....	51
5.5 Načrt organizacije in človeških virov	52
5.5.1 Načrt organizacije	52
5.5.2 Vodstvenikader	52
5.5.3 Načrt človeških virov	53
5.5.4 Načrt stroškov dela.....	53
5.5.5 Računovodski servis	55
5.6 Pogoji poslovanja.....	55
5.6.1 Znanje.....	55
5.6.2 Poslovni prostori	55
5.6.3 Oprema.....	55
5.6.4 Finančna konstrukcija in viri za naložbe.....	56
5.6.5 Drugi pogoji poslovanja.....	57
5.7 Kritična tveganja in problemi ter protiukrepi	58
5.7.1 Kritična tveganja in problemi.....	58
5.7.2 Ukrepi za premagovanje kritičnih tveganj	58
5.8 Finančni načrt	59
5.8.1 Uporabljene predpostavke in izhodišča	59

5.8.2 Načrt stroškov poslovanja	60
5.8.3 Načrt izkaza poslovnega izida.....	61
5.8.4 Načrt kazalcev poslovanja	61
5.8.5 Načrt izkaza denarnega toka	61
5.8.6 Načrt praga rentabilnost – donosnosti.....	61
5.8.7 Načrt izkaza stanja	61
5.8.8 Komentar k finančnemu načrtu	61
5.9 Terminski plan	63
6 ZAKLJUČEK	64
7 UPORABLJENA LITERATURA IN VIRI	65
7.1 Literatura.....	65
7.2 Viri	65
7.3 Internetniviiri	65
8 PRILOGE	66

KAZALO TABEL

Tabela 1: Status anketirancev	19
Tabela 2: Starost anketirancev.....	20
Tabela3: Viri informacij o podjetju Lift, d. o. o.	21
Tabela 4: Zadovoljstvo anketirancev z izbranim serviserjem	22
Tabela 5: Zadovoljstvo anketirancev s svetovanjem in strokovnostjo podjetja	23
Tabela 6: Zadovoljstvo anketirancev z odnosom serviser–lastnik	24
Tabela 7: Zadovoljstvo anketirancev z mesečnim vzdrževanjem	25
Tabela 8: Kaj bi anketiranci želeli, da se izboljša	26
Tabela 9: Lastnost serviserja, ki je anketirancem pomembna	27
Tabela 10: Mnenje anketirancev o odzivnosti serviserja	28
Tabela 11: Mnenje anketirancev o kakovosti uporabljenih nadomestnih delov	29
Tabela 12: Čemu dajejo anketiranci prednost – kakovosti ali ceni	30
Tabela 13: Rednost obveščanja o stanju dvigala	31
Tabela 14: Pomembnost uporabnega dovoljenja dvigala	32
Tabela 15: Mnenje anketirancev o strokovnosti serviserja	33
Tabela 16: Dejavniki, ki so anketirancem pomembni	34

Tabela 17: Analiza doseženih rezultatov za obdobje štirih let.....	42
Tabela 18: SWOT-analiza	46
Tabela 19: Načrt tržnih ciljev	47
Tabela 20: Podjetniška kalkulacija	48
Tabela 21: Količinska napoved prodaje	49
Tabela 22: Vrednostna napoved prodaje	50
Tabela 23: Vrednostna napoved nabave	51
Tabela 24: Načrt človeških virov.....	53
Tabela 25: Načrt stroškov dela	53
Tabela 26: Obstoječa oprema	55
Tabela 27: Načrtovana oprema.....	56
Tabela 28: Finančna konstrukcija.....	56
Tabela 29: Finančni viri.....	57
Tabela 30: Načrt stroškov poslovanja	60
Tabela 31: Terminski plan.....	63

KAZALO GRAFOV

Graf 1: Status anketirancev.....	19
Graf 2: Starost anketirancev	20
Graf 3: Vir informacij o podjetju Lift, d. o. o.....	21
Graf 4: Zadovoljstvo anketirancev z izbranim serviserjem.....	22
Graf 5: Zadovoljstvo anketirancev s svetovanjem in strokovnostjo podjetja.....	23
Graf 6: Zadovoljstvo anketirancev z odnosom serviser–lastnik.....	24
Graf 7: Zadovoljstvo anketirancev z mesečnim vzdrževanjem.....	25
Graf 8: Kaj bi anketiranci želeli, da se izboljša.....	26
Graf 9: Lastnost serviserja, ki je anketirancem pomembna.....	27
Graf 10: Mnenje anketirancev o odzivnosti serviserja	28
Graf 11: Mnenje anketirancev o kakovosti uporabljenih nadomestnih delov	29
Graf 12: Čemu dajejo anketiranci prednost – kakovosti ali ceni.....	30
Graf 13: Rednost obveščanja o stanju dvigala	31
Graf 14: Pomembnost uporabnega dovoljenja dvigala.....	32
Graf 15: Mnenje anketirancev o strokovnosti serviserja	33

Graf 16: Dejavniki, ki so anketirancem pomembni.....	34
--	----

KAZALO SLIK

Slika 1: Frekvenčni regulator	38
Slika 2: Mikroprocesorsko krmilje	38
Slika 3: Pogonski stroj.....	38
Slika 4: Nosilne vrvi.....	39
Slika 5: Pogon vrat kabine.....	39
Slika 6: Govorna naprava	39
Slika 7: Omejilec hitrosti.....	39

1 UVOD

Skorajda si ne znamo več predstavljati visokih stolpnic brez dvigala. Princip dvigala je relativno enostaven, njegovo poslanstvo pa je, da nam olajša vsakodnevna opravila. Vendar vsa ta dvigala ne bi delovala brez primerne izbire komponent, pravilne montaže, končnega pregleda in nenazadnje rednega vzdrževanja.

Dvigala v osnovi delimo na osebna, tovarna in invalidska. Vsako od teh pa je lahko vravno, hidravlično ali jermensko. Vsem je skupno, da morajo biti izdelana in postavljena po standardih. Po končani montaži mora zunanje podjetje za varstvo pri delu ugotoviti, ali je dvigalo skladno s standardom/predpisom za izdajo pozitivnega poročila. Zaradi varnostnih zahtev potrebujejo dvigala redna mesečna vzdrževanja, ki se izvajajo po ustaljenih točkah. Cilj vzdrževanja je zmanjšati možnost okvar, preprečiti večje okvare ter podaljšati življenjsko dobo drsnih in vrtečih se delov. Zaradi želje po dvigu kakovostidel v obravnavanempodjetjubomos pomočjo ankete raziskali mnenja, predlogeinželje strank tega podjetja. Nato bomo izdelali poslovni načrt za delovanje podjetja v naslednjem štiriletnem obdobju.

1.1 Opredelitev obravnavane teme

Diplomska naloga celovito obravnava zadovoljstvo s kakovostjo vzdrževanja, tehnično-tehnološki vidik vzdrževanja dvigal skladno s predpisi in poslovni načrt obravnavanega podjetja. Podrobno bomo predstavili posamične komponente osebnega dvigala in razložili, kako varnostni predpisi vplivajo na redno preventivno vzdrževanje dvigal, ter predstavili tehnično-tehnološki vidik izvajanja preventivnega vzdrževanja. Izdelali bomo tržno raziskavo o zadovoljstvu uporabnikov s kakovostjo vzdrževanja dvigal na območju načrtovanega poslovanja. Na osnovi ugotovitev ankete bomo zasnovali izboljšave v poslovanju in izdelali poslovni načrt podjetja Lift, d. o. o. (delujočega po Zakonu o gospodarskih družbah, Ur. l. RS, št. 42/2006), ki se ukvarja z vzdrževanjem, s popravili in z obnovami dvigal. Naloga obsega določene vsebinsko zaključene celote, ki se nanašajo na dvigala z vidika strojništva, trga, načrtovanja poslovanja podjetja in ugotavljanja pričakovane poslovne uspešnosti.

1.2 Namen, cilji in osnovne trditve diplomskega dela

Namen diplomske naloge je proučiti strokovno literaturo in razpoložljive vire s področja tehnične zakonodaje, natančneje varnosti dvigal, ter prikazati povezavo in zahteve za izvajalce vzdrževanja in uporabnike. Raziskati želimo zadovoljstvo uporabnikov s kakovostjo vzdrževanja ter izdelati poslovni načrt 20 let delujočega podjetja Lift, d. o. o., za naslednje štiriletno plansko obdobje, ko se bo zgodil medgeneracijski prenos dejavnosti od očeta na sina.

Cilji diplomske naloge so:

- predstaviti uporabo tehnične zakonodaje pri strojih za dviganje in dvižni opremi s posebnim poudarkom na servisiranju dvigal;
- raziskati kakovost servisiranja dvigal na trgu;
- oblikovati zasnovo tehniško-tehnološkega procesa vzdrževanja dvigal;
- pripraviti poslovni načrt podjetja;
- ugotoviti, ali je uspešno delovanje podjetja zagotovljeno tudi v prihodnje;
- predstaviti predpise, ki jih je treba upoštevati.

Osnovne trditve:

- vzdrževanje dvigal je pomembna, zahtevna in donosna storitvena dejavnost;
- obstaja zadosten obseg potreb po vzdrževanju dvigal;
- preventivno vzdrževanje dvigal ima ustaljen in s predpisi določen kontrolni postopek;
- delujoča dejavnost ima tudi za prihodnje obdobje zagotovljen uspeh in možnost nadaljnjega razvoja.

1.3 Predpostavke in omejitve

Naše predpostavke glede obravnavane tematike so:

- za obstoječega ponudnika storitev vzdrževanja dvigal je na trgu še vedno dovolj potreb;
- za servisiranje dvigal je določen dokaj natančen postopek servisiranja in kontrolnih točk za varno delovanje dvigal;
- izvajanje storitev servisiranja dvigal je ekonomsko donosno.

Omejitve pa so naslednje:

- omejenost razpoložljive literature;
- zaupnost podatkov pri konkurenci;
- medgeneracijski prehod;
- slaba pričakovana odzivnost na anketni vprašalnik za raziskavo trga;
- nezadostno poznavanje stvarnega stanja možnosti poslovanja v dejavnosti servisiranja dvigal ob načrtovanem medgeneracijskem prevzemu dejavnosti.

1.4 Predvidene metode raziskovanja

Pri pripravi diplomske naloge bomo uporabili naslednje metode raziskovanja:

- metodo deskripcije ali opisovanja,
- metodo kompilacije (pridobivanje spoznanj in stališč iz strokovne literature različnih avtorjev),
- metodo komparacije ali primerjanja dejstev,
- metodo raziskave zadovoljstva kupcev storitev z anketnim vprašalnikom,
- analizo dosedanjega poslovanja podjetja,
- analizo konkurence,
- SWOT-analizo.

Pri oblikovanju poslovnega načrta smo podatke prilagodili obravnavanemu podjetju Lift, d. o. o.

2 STORITVE V STROJNIŠTVU IN PODJETNIŠTVU

2.1 Storitve v strojništvu

Podjetje nudi kompletno montažo, modernizacijo, servisiranje ter redno vzdrževanje osebnih, tovornih in invalidskih dvigal skladno z ustrežno zakonodajo in predpisi (Dulc, 2008, str. 9). Ker imajo zaposleni v podjetju širok spekter znanja, večino dela opravijo sami: od kakovostnega zvara, električnih vezav do nastavitve frekvenčnega regulatorja. Strokovno prenavljajo in obnavljajo dvigala po najnovejših standardih, da zagotovijo dolgoletno brezhibno obratovanje.

Na osnovi natančnega poznavanja zgradbe in delovanja skušajo dvigala z rednimi mesečnimi vzdrževanji obdržati v najboljši možni kondiciji. V primeru popravila imajo nadomestne dele na zalogi, s čimer zmanjšajo čas popravila na minimum.

Vgradnjo, delovanje in vzdrževanje dvigal predpisuje vrsta zakonov, standardov, predpisov in priporočil, kot so: tehnični predpisi in načrtovanje proizvodov, slovenska in evropska zakonodaja (Vir: direktive EU, slovenski in ISO-standardi (Vir: <http://www.sist.si>), označevanje proizvodov z znakom CE, (Vir: <http://www.newapproach.org>) dne normativi za krmilno in pogonsko tehniko, nosilne vrvi, frekvenčne regulatorje, kabinska in jaškovna vrata ter komunikacijsko tehniko (gl. podpoglavje 7.3).

2.2 Pomen podjetništva in poslovnega načrtovanja

Podjetništvo je iskanje in snovanje poslovnih idej, prehod ideje v poslovno priložnost, izziv, uporaba različnih danih pogojev in virov in kontrola nad njimi ter prizadevanje za ustvarjanje čim večjega finančnega uspeha ob čim manjšem tveganju. Podjetništvo je tudi človeška ustvarjalna dejavnost, ki zahteva energijo in iniciativo, jasno vizijo, močno pripadnost ideji in spodbudo za njeno uresničitev (Šauperl, 2007, str. 7).

Podjetništvo in poslovno načrtovanje sta za uspešno podjetje nepogrešljiva. Velikokrat se zalotimo ob misli, kako naprej. Sistematično si sicer lahko pomagamo s poslovnim načrtom in ob danih predpostavkah vsaj okvirno vidimo, kam nas pelje pot. Če želimo uspešno poslovati, se moramo nenehno prilagajati trgu.

Podjetje ima svojo življenjsko krivuljo od generiranja poslovne ideje, prek priprave na štart podjetja (poslovno načrtovanje in začetek poslovanja) do faze uvajanja in vstopanja na trg, rasti, kulminacije in zatona vse do stečaja. Izjemno pomembna je faza rasti, ko se osvajajo novi trgi, izvajajo vlaganja v dejavnost, širitev dejavnosti in skrb za stalne novitete v ponudbi (Glas, 2006 str 2; Šauperl, 2009, str. 71).

Pomembna je tudi strategija trženja (kako se naj podjetje prilagaja trgu in obnaša do kupcev, dobaviteljev in konkurence) ter kako naj podjetje redno skrbi za svoj poslovni ugled in poslovno uspešnost. Vse to si podjetje zasnuje v svojem poslovnem načrtu, ki je neke vrste pisni smerokaz za delovanje podjetja. S poslovnim načrtom si podjetje zasnuje tudi svoj obseg poslovanja in finančni načrt z napovedjo pričakovane uspešnosti, vpliva vlaganj in virov, denarnih tokov in kazalcev poslovanja za sprotno primerjanje z doseženimi rezultati in ukrepanje v primerih odmikov.

3 RAZISKOVALNI DEL

3.1 Raziskava vpliva varnostnih predpisov na servisiranje dvigal

Tako kod za vse drugo se z leti spreminjajo tudi predpisi za dvigala. Vse spremembe težijo k večji varnosti uporabnikov in serviserjev. Vsaka varnostna komponenta, vgrajena v dvigalo, mora imeti ES-izjavo o skladnosti. V primeru, da proizvajalec varnostne komponente ne razpolaga z ES-izjavo o skladnosti, monter pa komponento kljub temu vgradi, mu priglašeni organ ne more izdati pozitivnega poročila.

Ker so spremembe predpisov tudi denarni strošek za lastnika, serviser velikokrat naleti na neodobranje s pripombo »pa saj se vozimo že 20 let, pa se do danes še nikomur ni nič zgodilo«. Vse to drži, vendar vsaka varnostna sprememba oziroma dodatek izhaja iz dejstva, da je nekje prišlo do določene poškodbe in enake poškodbe bi v prihodnosti želeli preprečiti. Polegrednega mesečnega vzdrževanja predstavlja dodaten strošek za lastnika dvigala tudi 24-urna pripravljenost na reševanje iz dvigala v primeru, da se dvigalo s potniki ustavi. Plačuje se v obliki mesečnega pavšala. Tazahteva je bila dodana z odlokom o vgradnji dvosmerne govorne komunikacije (Ur. l. RS, št. 83/2007, 8. člen, Priloga I, točka 4.5).

Določene spremembe vplivajo tudi na potek vzdrževanja. Ena izmed teh je dvosmerna lovilna naprava, ki jo lahko nadomestimo z vgradnjo dodatne zavore na glavno os pogonskega motorja. Pri tem je treba vsak mesec pregledati in preveriti delovanje elektromehanskega sklopa dodatne zavore. Prav tako je treba zagotoviti delovanje govorne naprave in sistema za dodatno napajanje v primeru izpada električnega toka. Ostale spremembe, kot so varnostni prostori, označbe, blažilniki, površine v strojnici, razdalja med steno jaška in kabino, odklepanje jaškovnih vrat idr., nimajo vpliva na vzdrževanje, predstavljajo pa strošek za lastnika dvigala.

3.2 Raziskava o zadovoljstvu izvajanja storitev

3.2.1 Opredelitev problema za raziskavo

Z raziskavo želimo preveriti zadovoljstvo uporabnikov s storitvami obravnavanega podjetja. Raziskavo smo izvedli z anketno metodo na populaciji, stari od 20 do 60 let in več. Proučiti želimo, ali so uporabniki zadovoljni s kakovostjo storitev, ceno, z odzivnim časom, mesečnim vzdrževanjem in izbiro rezervnih delov. Zanima nas tudi, ali bi želeli karkoli spremeniti. Rezultati ankete bodo osnovno vodilo do ugotovitve, katero področje potrebuje izboljšave. Na tak način ima namreč podjetje več možnosti, da obdrži stranko ali pridobi novo.

Za spreminjanje poslovnih idej v podjetništvu so podjetniku namenjena naslednja priporočila (Šauperl, 2009, str. 28):

- uporabljal visoko mero spretnosti, znanja in natančnosti;
- oblikuj svoje cilje;
- obvladaj svojedelo;
- poslovno idejo preizkusi z analizo trga in izdelavo poslovnega načrta;
- izračunaj pričakovano višino dobička in kazalce uspešnosti;
- nauči se do potankosti oblikovati kalkulacije in cenovno politiko;
- usklajuj ponudbo, njeno kakovost in elemente skladno s svojim načrtovanim cenovnim razredom;
- poslovanje si čim bolj poenostavi;
- redno spremljaj tržne trende in pravočasno prilagajaj svojo ponudbo tem trendom;
- izdelaj si načrt za izvajanje celovite kakovosti poslovanja;
- ne precenjuj svojih sposobnosti in znanja, analiziraj svoje težave, poišči dober strokovni nasvet, obišči kakšen seminar, poslužuj se literature, delaj z odprtimi očmi.

3.2.2 Ključna vprašanja za raziskavo trga

Ključna vprašanja, ki jih kot najpomembnejša za raziskavo izpostavljamo, se nanašajo na:

- status anketiranca,
- poznavanje podjetja Lift, d. o. o.,
- zadovoljstvo z izvedenimi storitvami podjetja pri svetovanju,
- zadovoljstvo z odnosom osebja izvajalca,
- zadovoljstvo z mesečnim vzdrževanjem,
- želene izboljšave,
- pomembnosti serviserja in odzivnosti,
- kakovost rezervnih delov,
- pomembnost kakovosti in cene,
- obveščanje serviserja,
- pomembnost uporabnega dovoljenja za dvigalo,
- strokovnost serviserja,
- pomembnost posameznih dejavnikov in predloge za spremembe pri izvajanih storitvah podjetja Lift, d. o. o.

3.2.3 Metoda raziskave obstoječih in potencialnih uporabnikov dvigal

Raziskave o zadovoljstvu izvajanja storitev podjetja Lift, d.o.o., smo se lotili z anketnim vprašalnikom (priloga 1). Anketo smo poslali po elektronski pošti oziroma anketiranje izvedli v objektih strank, kjer podjetje izvaja redna mesečna vzdrževanja/popravila dvigal.

3.2.4 Analiza anketnih vprašalnikov

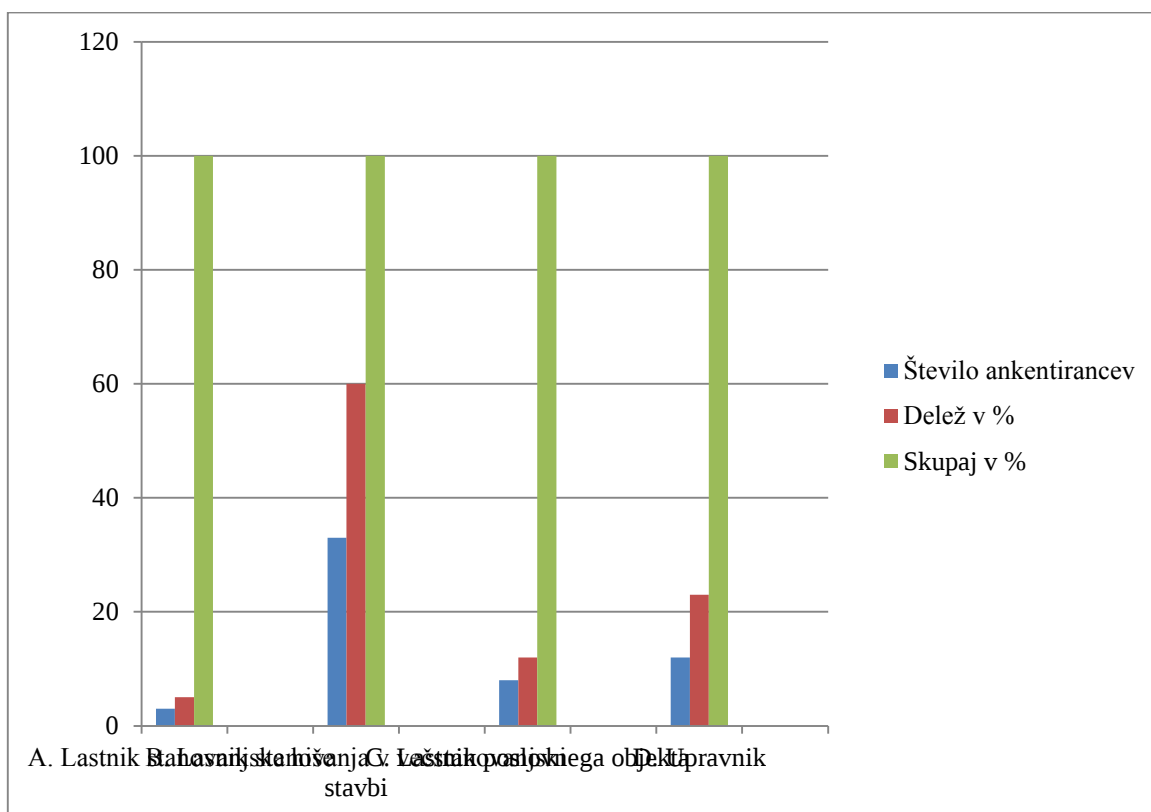
Odgovore, pridobljene s pomočjo anketnega vprašalnika, smo zbrali in jih obdelali v programu MS Excel. Za lažjo preglednost smo odgovore ponazorili s tabelami in z grafi.

Vprašanje 1: Kakšen je vaš status?

Tabela 1: Status anketirancev

Možni odgovori	Število anketirancev	Delež v %
A. Lastnik stanovanjske hiše	3	5
B. Lastnik stanovanja v večstanovanjski stavbi	33	60
C. Lastnik poslovnega objekta	8	12
D. Upravnik	12	23
Skupaj	56	100

Vir: Lasten



Graf 1: Status anketirancev

Vir: Lasten

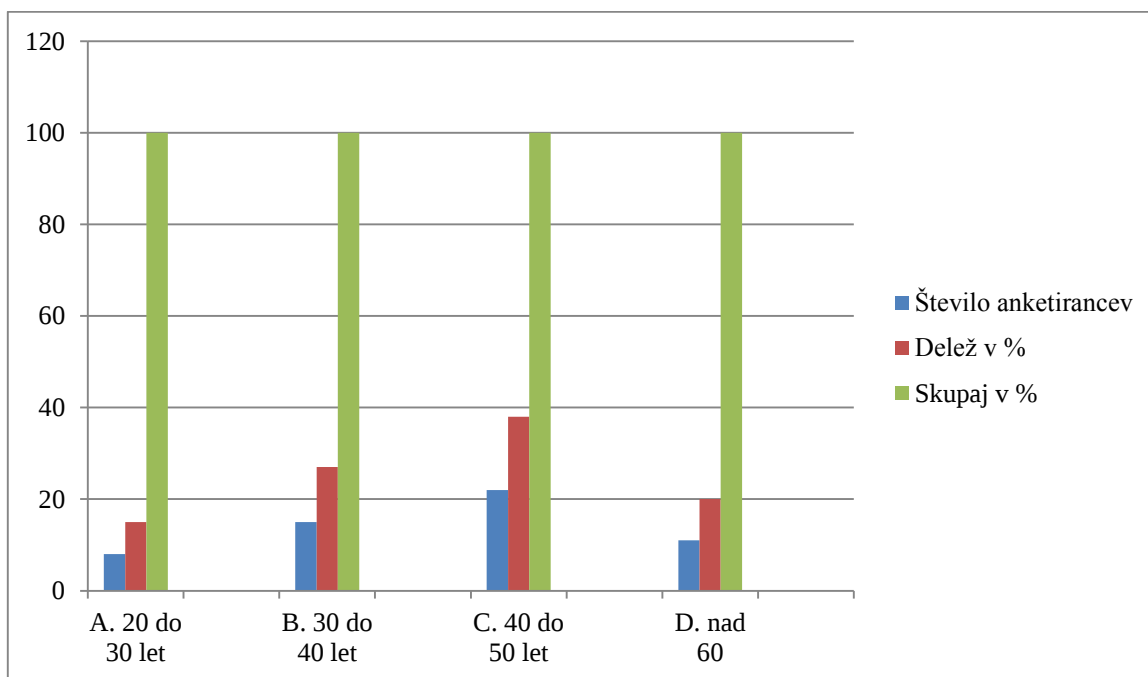
Glavnina anketirancev, 33 od 56 ali 60 %, je lastnikov stanovanja v večstanovanjski stavbi, na drugem mestu pa so upravniki (12 anketirancev ali 23 %).

Vprašanje 2: Koliko ste stari?

Tabela 2: Starost anketirancev

Možni odgovori	Število anketirancev	Delež v %
A. 20 do 30 let	8	15
B. 30 do 40 let	15	27
C. 40 do 50 let	22	38
D. nad 60 let	11	20
Skupaj	56	100

Vir: Lasten



Graf 2: Starost anketirancev

Vir: Lasten

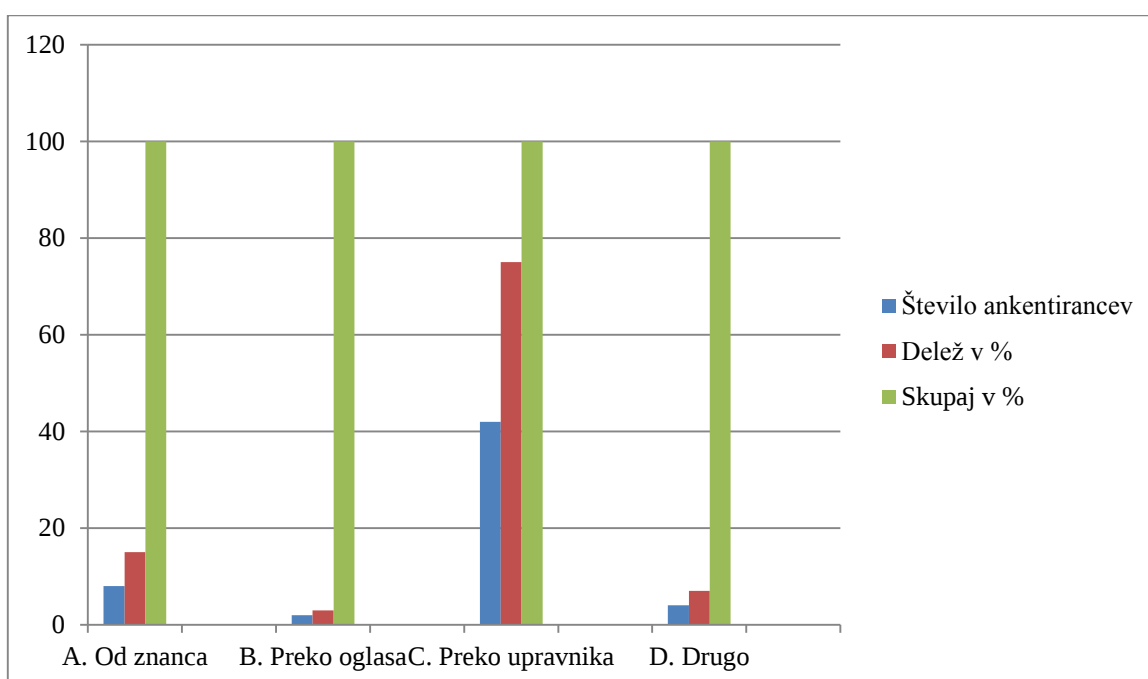
Največ oziroma 38 % anketirancev je starih 40–50 let. Sledijo jim anketiranci, stari 30–40 let z 28 %, nad 60 let je starih 15 % anketirancev, prav toliko pa je tudi anketirancev, starih 20–30 let (15 %).

Vprašanje 3: Kje ste izvedeli za podjetje Lift, d.o.o.?

Tabela3: Virinformacij o podjetju Lift, d. o. o.

Možni odgovori	Število anketirancev	Delež v %
A. Od znanca	8	15
B. Iz oglasa	2	3
C. Od upravnika	42	75
D. Drugo	4	7
Skupaj	56	100

Vir: Lasten



Graf 3: Vir informacij o podjetju Lift, d. o. o.

Vir: Lasten

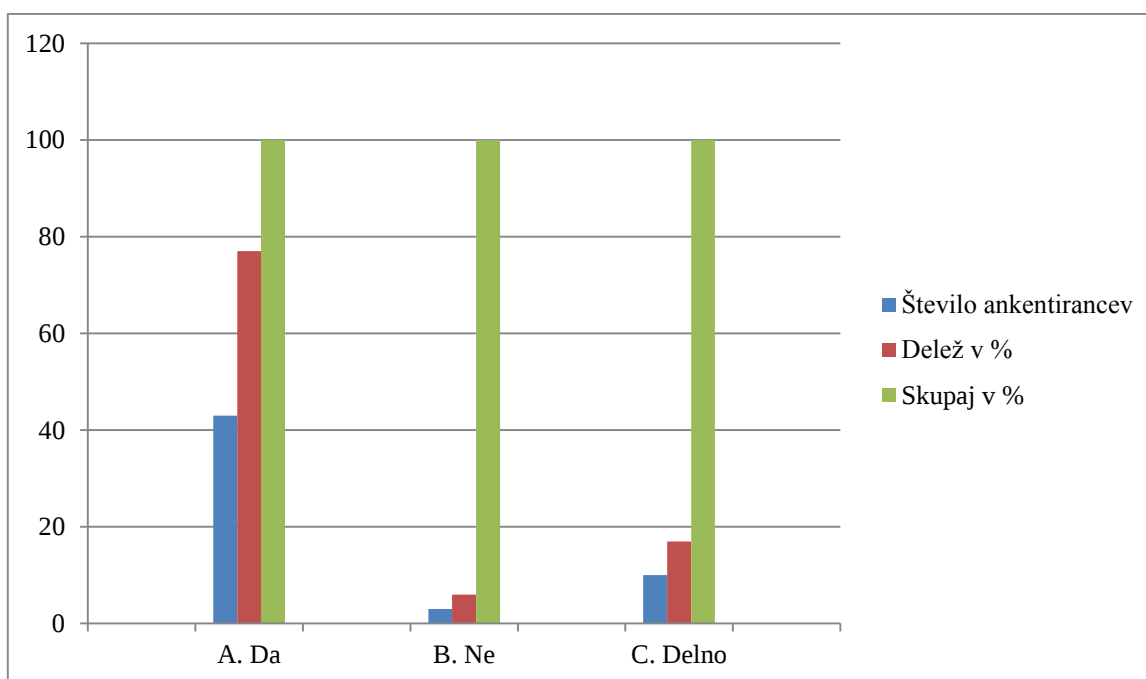
Kar 42 anketirancev oziroma 75 % je za obravnavano podjetje izvedelo od upravnika, 8 anketirancev oziroma 15 % od znanca, 4 oz. 7 % iz drugačnih virov. Samo 2 (3 %) anketiranci sta za podjetje izvedela iz oglasa.

Vprašanje 4: Ali ste z izbranim serviserjem zadovoljni?

Tabela 4: Zadovoljstvo anketirancev z izbranim serviserjem

Možni odgovori	Število anketirancev	Delež v %
A. Da	43	77
B. Ne	3	6
C. Delno	0	17
Skupaj	56	100

Vir: Lasten



Graf 4: Zadovoljstvo anketirancev z izbranim serviserjem

Vir: Lasten

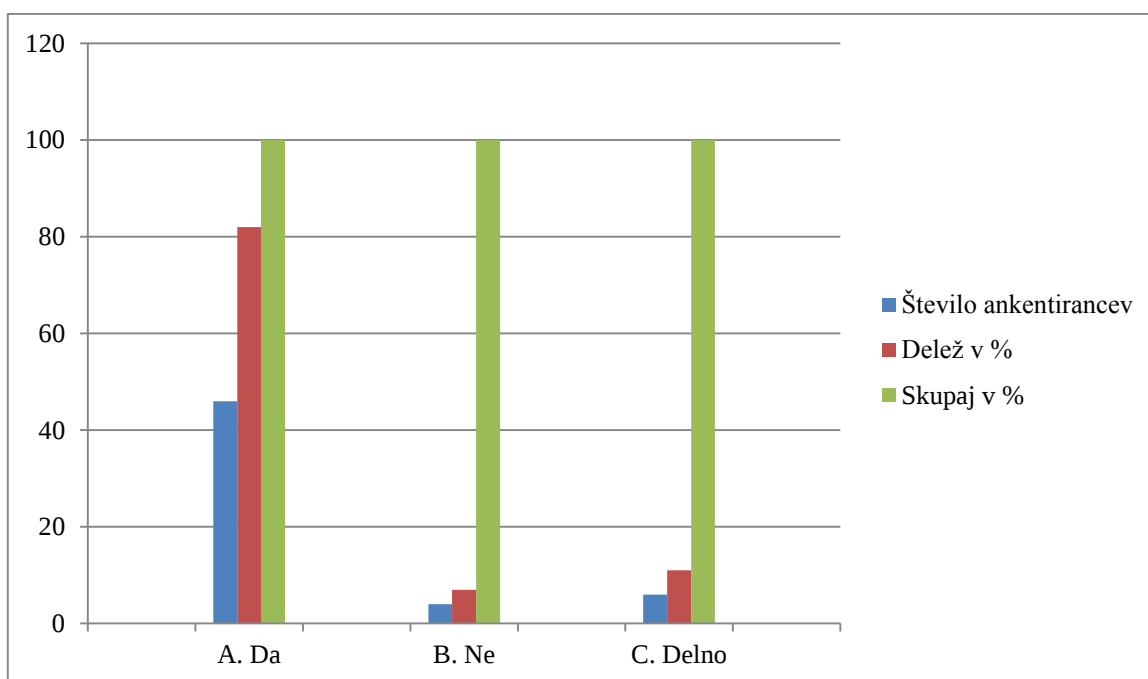
Kar 77 % anketirancev je zadovoljnih z izbranim serviserjem, 17 % jih je delno zadovoljnih, 6 % pa jih z izbiro ni zadovoljnih.

Vprašanje 5: Ali ste zadovoljni s svetovanjem in strokovnostjo podjetja?

Tabela 5: Zadovoljstvo anketirancev s svetovanjem in strokovnostjo podjetja

Možni odgovori	Število anketirancev	Delež v %
A. Da	46	82
B. Ne	4	7
C. Delno	6	11
Skupaj	56	100

Vir: Lasten



Graf 5: Zadovoljstvo anketirancev s svetovanjem in strokovnostjo podjetja

Vir: Lasten

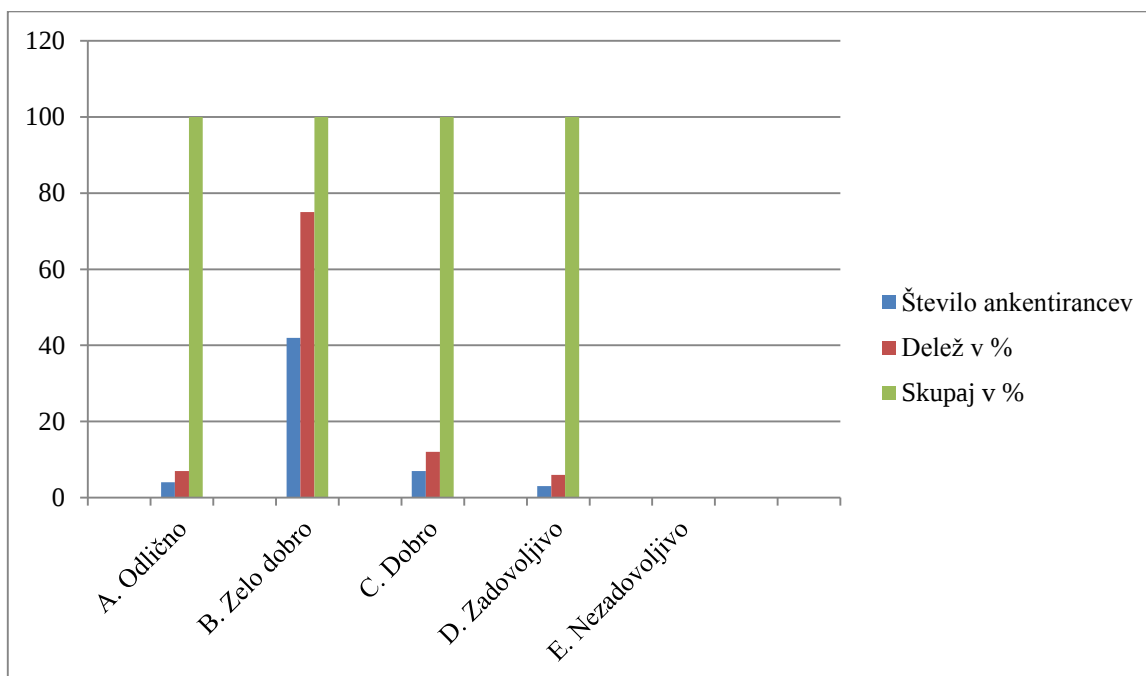
82 % anketirancev je s svetovanjem in strokovnostjo zadovoljnih, 11 % jih je delno zadovoljnih in 7 % anketirancev s svetovanjem in strokovnostjo izbranega podjetja za servisiranje dvigal ni zadovoljnih.

Vprašanje 6: Kakšno je vaše zadovoljstvo z odnosom serviser–lastnik?

Tabela 6: Zadovoljstvo anketirancev z odnosom serviser – lastnik

Možni odgovori	Število anketirancev	Delež v %
A. Odlično	4	7
B. Zelo dobro	42	75
C. Dobro	7	12
D. Zadovoljivo	3	6
E. Nezadovoljivo	/	/
Skupaj	56	100

Vir: Lasten



Graf 6: Zadovoljstvo anketirancev z odnosom serviser–lastnik

Vir: Lasten

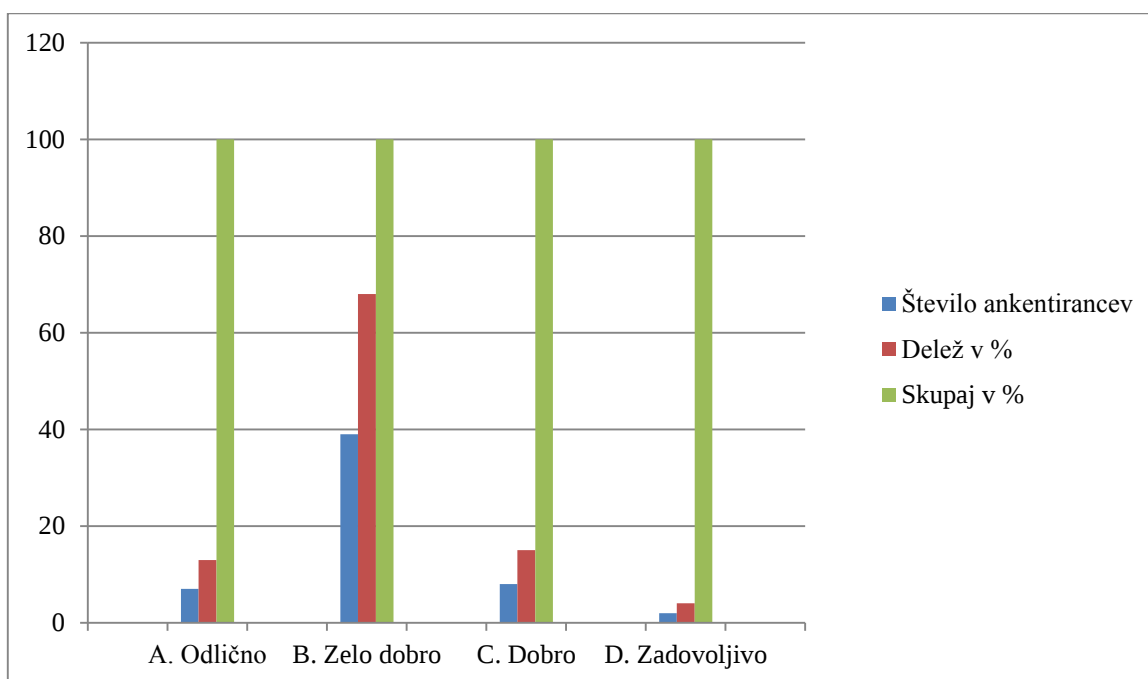
Največ anketirancev (42 oziroma 75 %) je zadovoljstvo serviser–lastnik ocenilo z oceno zelo dobro, 7 oziroma 12 % jih je podalo oceno dobro, 4 anketiranci (7 %) so izbrali oceno odlično, 6 oziroma 3% pa oceno zadovoljivo. Ocene nezadovoljivo ni izbral nihče.

Vprašanje 7: Ali ste zadovoljni z mesečnim vzdrževanjem?

Tabela 7: Zadovoljstvo anketirancev z mesečnim vzdrževanjem

Možni odgovori	Število anketirancev	Delež v %
A. Odlično	7	13
B. Zelo dobro	39	68
C. Dobro	8	15
D. Zadovoljivo	2	4
Skupaj	56	100

Vir: Lasten



Graf 7: Zadovoljstvo anketirancev z mesečnim vzdrževanjem

Vir: Lasten

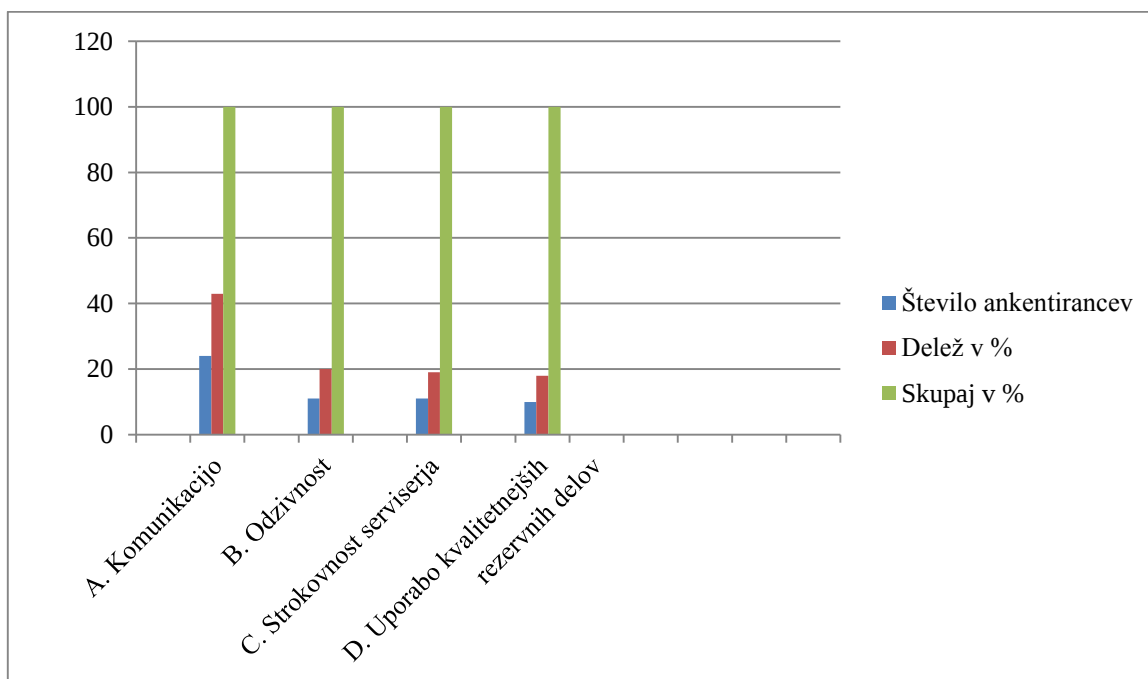
39 anketirancev (68 %) je mesečno vzdrževanje izbranega podjetja ocenilo z oceno zelo dobro, 8 anketirancev (15 %) je menilo, da podjetje dvigalo vzdržuje dobro, 7 anketirancev (13 %) je podalo oceno odlično, 2 anketiranci (4%) pa sta mesečno vzdrževanje ocenila z oceno zadovoljivo.

Vprašanje 8: Kaj bi želeli, da se izboljša?

Tabela 8: Kaj bi anketiranci želeli, da se izboljša

Možni odgovori	Število anketirancev	Delež v %
A. Komunikacijo	24	43
B. Odzivnost	11	20
C. Strokovnost serviserja	11	19
D. Uporabo kakovostnejših rezervnih delov	10	18
<i>Možnih je več odgovorov</i>		
Skupaj	56	100

Vir: Lasten



Graf 8: Kaj bi anketiranci želeli, da se izboljša

Vir: Lasten

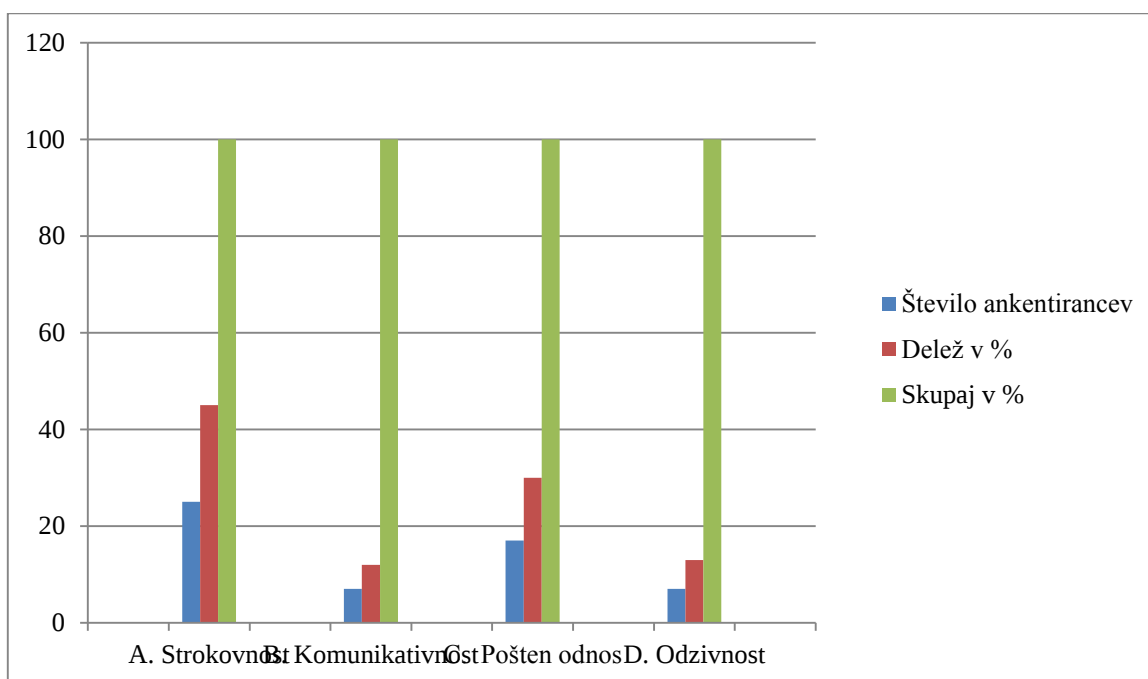
Glavnina anketirancev (24 oziroma 43 %) meni, da bi bilo treba izboljšati komunikacijo, sledi odgovor B odzivnost, za katerega je glasovalo 11 anketirancev (20 %), nato C strokovnost serviserja (19 %) ter D uporaba kakovostnejših rezervnih delov (18 %).

Vprašanje 9: Kaj vam je pri serviserju pomembno?

Tabela 9: Lastnost serviserja, ki je anketirancem pomembna

Možni odgovori	Število anketirancev	Delež v %
A. Strokovnost	25	45
B. Komunikativnost	7	12
C. Pošten odnos	17	30
D. Odzivnost	7	13
Skupaj	56	100

Vir: Lasten



Graf 9: Lastnost serviserja, ki je anketirancem pomembna

Vir: Lasten

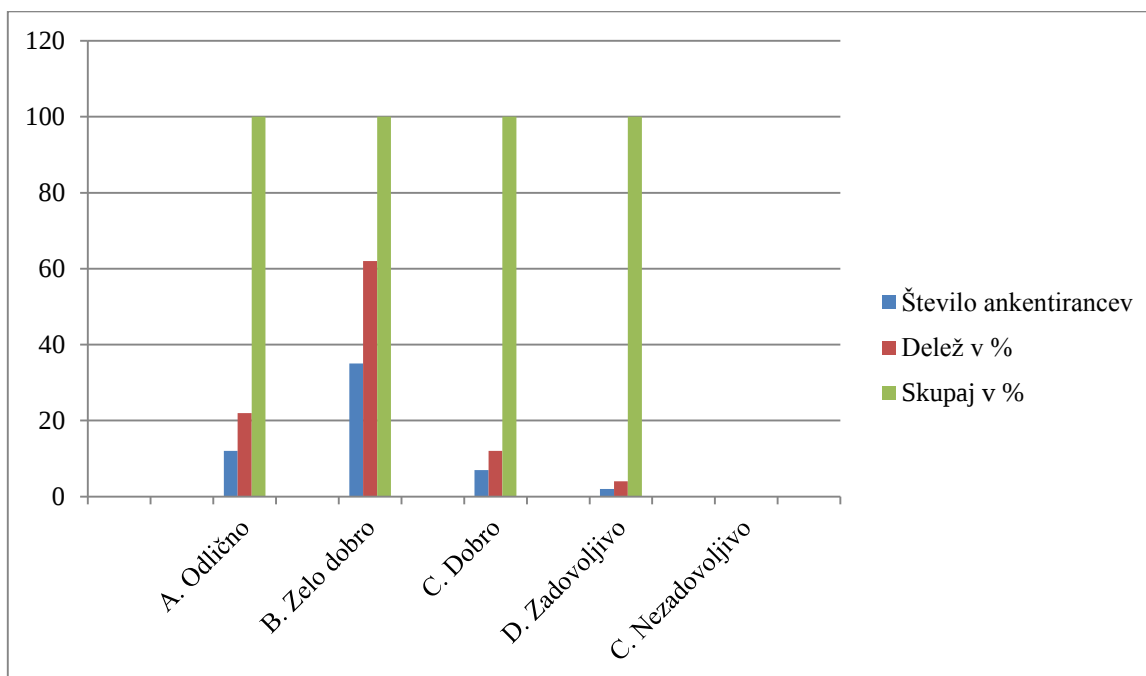
Največ anketirancev (25 oziroma 45 %) se jih je odločilo za odgovor A strokovnost. Sledi odgovor C pošten odnos (17 anketirancev oziroma 30 %), D odzivnost s 13 % ter B komunikativnost z 12 %.

Vprašanje 10: Kakšna je odzivnost serviserja?

Tabela 10: Mnenje anketirancev o odzivnosti serviserja

Možni odgovori	Število anketirancev	Delež v %
A. Odlična	12	22
B. Zelo dobra	35	62
C. Dobra	7	12
D. Zadovoljiva	2	4
C. Nezadovoljiva	/	/
Skupaj	56	100

Vir: Lasten



Graf 10: Mnenje anketirancev o odzivnosti serviserja

Vir: Lasten

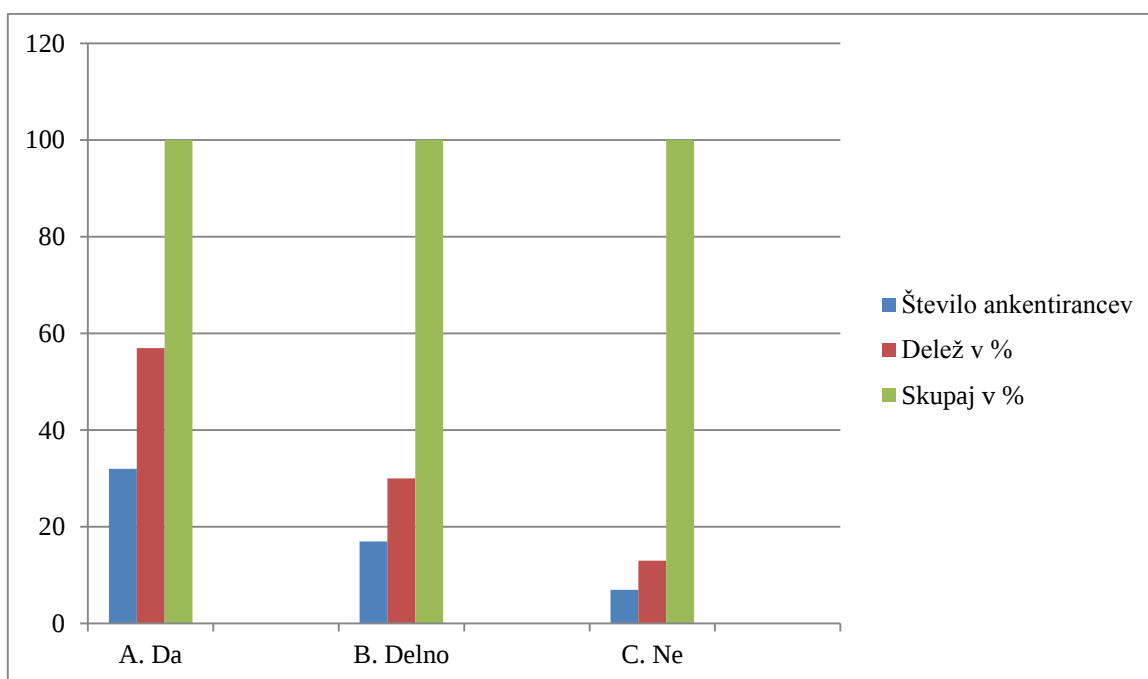
35 anketirancev (62 %) je odzivnost podjetja ocenila z oceno zelo dobro, 22 % z oceno odlično, 12 % z oceno dobro ter 4 % z oceno zadovoljivo. Ocen nezadovoljivo ni bilo.

Vprašanje 11: Ali so uporabljeni nadomestni deli dovolj kakovostni?

Tabela 11: Mnenje anketirancev o kakovosti uporabljenih nadomestnih delov

Možni odgovori	Število anketirancev	Delež v %
A. Da	32	57
B. Delno	17	30
C. Ne	7	13
Skupaj	56	100

Vir: Lasten



Graf 11: Mnenje anketirancev o kakovosti uporabljenih nadomestnih delov

Vir: Lasten

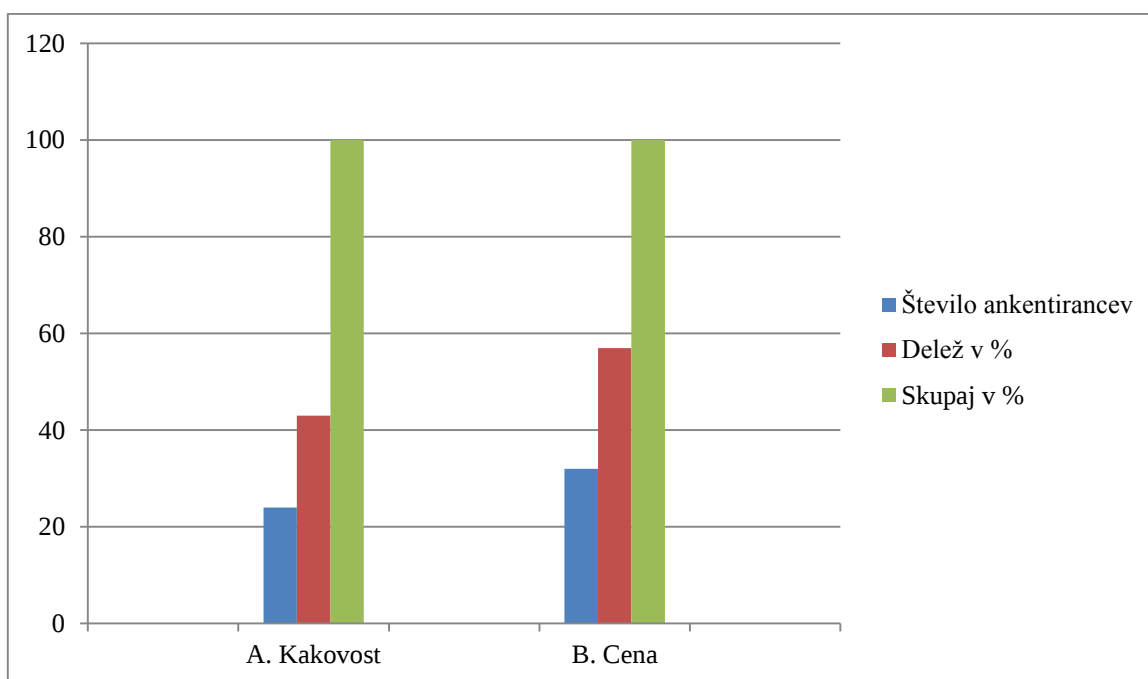
32 anketirancev, ki predstavljajo 57 % delež, je zadovoljnih s kakovostjo nadomestnih delov. 30 % anketirancev je delno zadovoljnih, 13 % anketirancev pa s kakovostjo nadomestnih delov ni zadovoljnih.

Vprašanje 12: Kaj vam je pomembnejše: kakovost ali cena?

Tabela 12: Čemu dajejo anketiranci prednost – kakovosti ali ceni

Možni odgovori	Število anketirancev	Delež v %
A. Kakovost	24	43
B. Cena	32	57
Skupaj	56	100

Vir: Lasten



Graf 12: Čemu dajejo anketiranci prednost – kakovosti ali ceni

Vir: Lasten

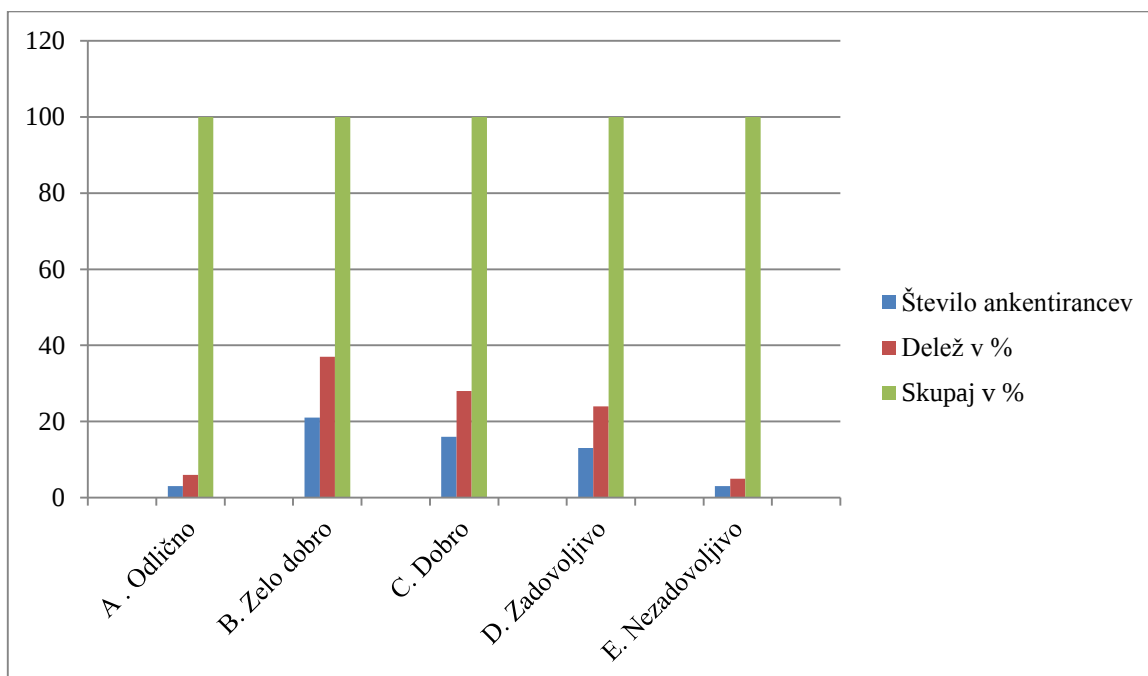
Pri tem vprašanju so bili anketiranci precej razdvojeni. Po zbranih podatkih jih je 57 % menilo, da je pomembnejša cena, 43 % pa jih je glasovalo za kakovost.

Vprašanje 13: Ali vas serviser redno obvešča o stanju dvigala?

Tabela 13: Rednost obveščanja o stanju dvigala

Možni odgovori	Število anketirancev	Delež v %
A. Odlično	3	6
B. Zelo dobro	21	37
C. Dobro	16	28
D. Zadovoljivo	13	24
E. Nezadovoljivo	3	5
Skupaj	56	100

Vir: Lasten



Graf 13: Rednost obveščanja o stanju dvigala

Vir: Lasten

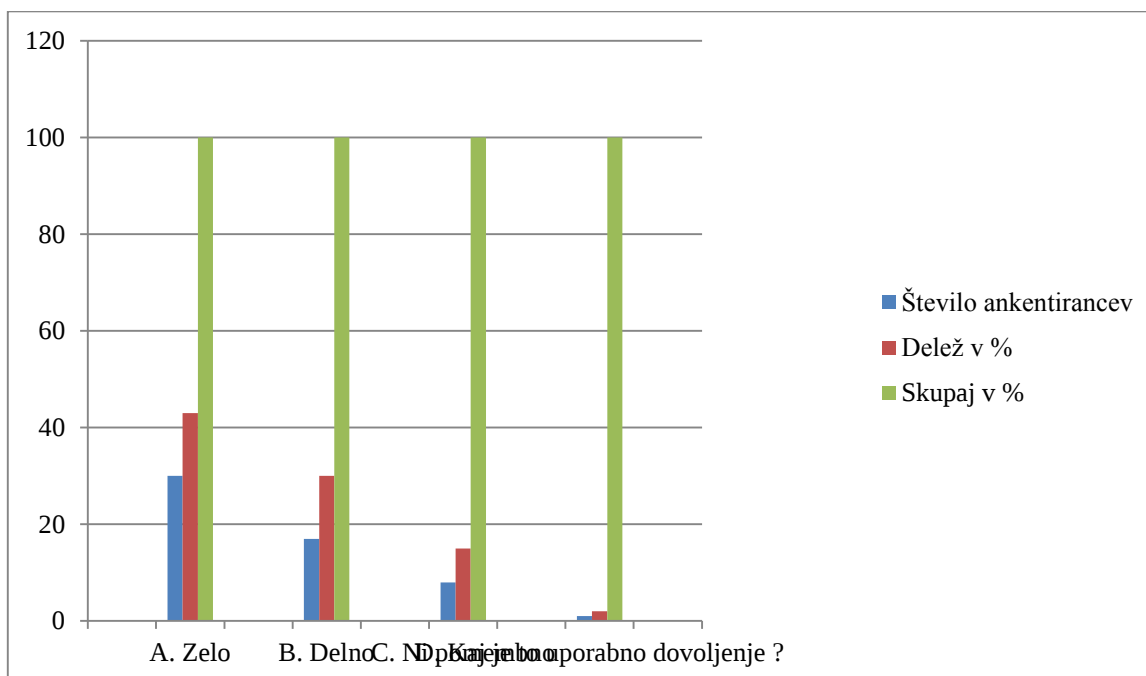
21 anketirancev (37 %) meni, da jih serviser zelo dobro obvešča o stanju dvigala, 16 anketirancev meni, da jih serviser dobro obvešča o stanju dvigala. Sledijo anketiranci, ki menijo, da jih serviser zadovoljivo obvešča. Teh je 24 %. 6 % jih meni, da so obveščeni odlično, 3 anketiranci (5 %) pa so izbrali odgovor nezadovoljivo.

Vprašanje 14: Kako pomembno je za vas, da ima dvigalo uporabno dovoljenje?

Tabela 14: Pomembnost uporabnega dovoljenja dvigala

Možni odgovori	Število anketirancev	Delež v %
A. Zelo	30	43
B. Delno	17	30
C. Ni pomembno	8	15
D. Kaj je uporabno dovoljenje ?	1	2
Skupaj	56	100

Vir: Lasten



Graf 14: Pomembnost uporabnega dovoljenja dvigala

Vir: Lasten

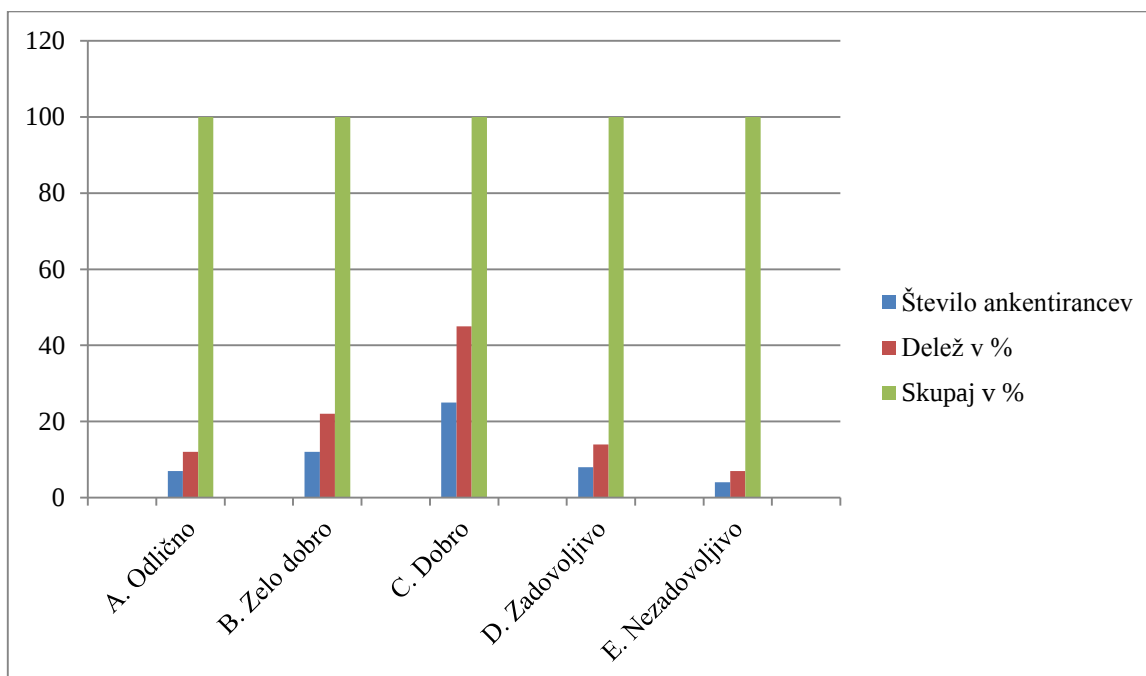
Glavnini je uporabno dovoljenje zelo pomembno, saj je za ta odgovor glasovalo 30 anketirancev (43 %). Delno je uporabno dovoljenje pomembno 17 anketirancem (30%). Osmim anketirancem uporabno dovoljenje ni pomembno. Eden izmed anketirancev pa ni vedel, kaj je uporabno dovoljenje.

Vprašanje 15: Kako ocenjujete strokovnost serviserja?

Tabela 15: Mnenje anketirancev o strokovnosti serviserja

Možni odgovori	Število anketirancev	Delež v %
A. Odlično	7	12
B. Zelo dobro	12	22
C. Dobro	25	45
D. Zadovoljivo	8	14
E. Nezadovoljivo	4	7
Skupaj	56	100

Vir: Lasten



Graf 15: Mnenje anketirancev o strokovnosti serviserja

Vir: Lasten

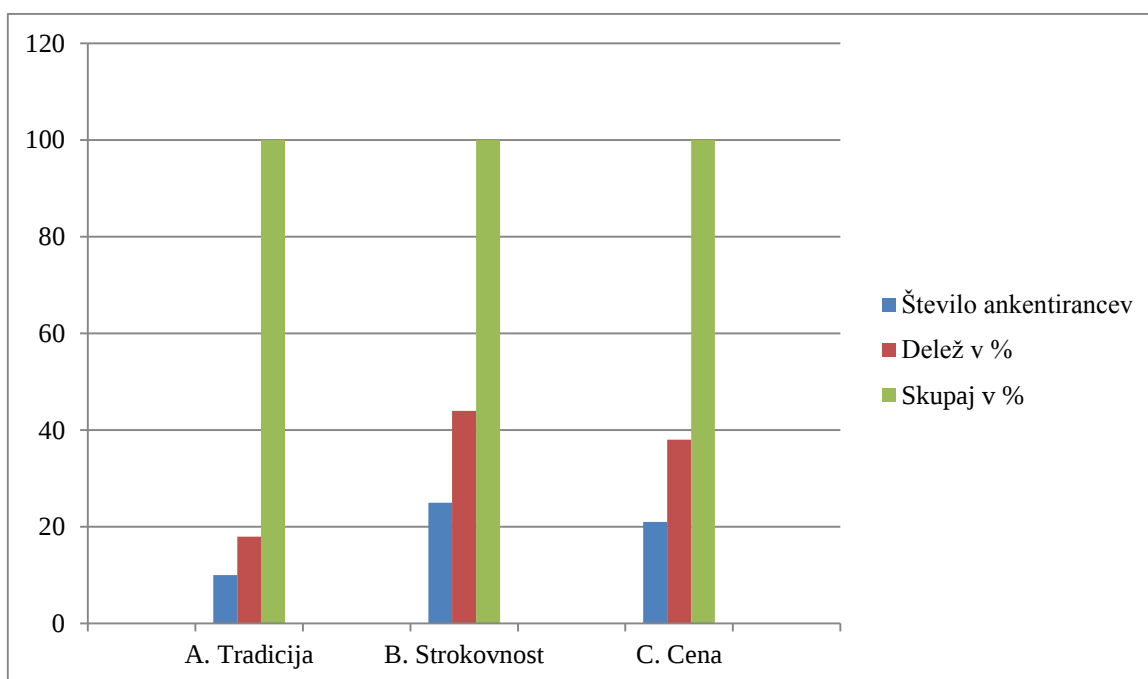
Glavnina anketirancev (25 anketirancev oziroma 45 %) je strokovnost serviserja ocenila kot dobro, 22 % kot zelo dobro, 14 % nezadovoljivo, 12 % anketirancev je izbralo odgovor odlično, 7 % pa jih meni, da je strokovnost serviserja nezadovoljiva.

Vprašanje 16: Kateri od naštetih dejavnikov so za vas pomembni?

Tabela 16: Dejavniki, ki so anketirancem pomembni

Možni odgovori	Število anketirancev	Delež v %
A. Tradicija	10	18
B. Strokovnost	25	44
C. Cena	21	38
Skupaj	56	100

Vir: Lasten



Graf 16: Dejavniki, ki so anketirancem pomembni

Vir: Lasten

44 % anketirancev meni, da je pomembna strokovnost, 38 % jih je glasovalo za ceno, 18 % anketirancev pa je glasovalo za tradicijo.

3.2.5 Sklepne ugotovitve raziskave in analize trga za poslovno načrtovanje

Iz raziskave in analize smo ugotovili, da bo potrebnega več oglaševanja, saj je le 2 % anketirancev izvedelo za obravnavano podjetje iz oglasa in samo 4 % anketirancev prek drugih medijev. Prav tako bodo potrebne uskladitve med ceno nadomestnega dela in kakovostjo nadomestnih delov, saj kar 57% anketirancev daje ceni prednost pred kakovostjo. Treba bo uvesti tudi več komunikacije med serviserjem in lastnikom dvigala. Čeprav je le 7% anketirancev izbralo odgovor, da je komunikacija med serviserjem in lastnikom pomembna, je po drugi strani kar 28 % anketirancev mnenja, da jih serviser dobro obvešča o stanju dvigala, 24 % jih meni, da so obveščeni zadovoljivo, in 5 %, da jih serviser nezadovoljivo obvešča o stanju dvigala. Ključne ugotovitve raziskave in analize bodo predmet prilagoditev v tržni strategiji obravnavanega podjetja in pri oblikovanju še boljših odnosov med serviserjem in stranko v kadrovske politiki podjetja.

4 TEHNIŠKO-TEHNOLOŠKI VIDIK VZDRŽEVANJADVIGAL

4.1 Pravilnik o vzdrževanju dvigal

Vzdrževanje dvigala pomeni ukrepe za zagotavljanje varnega obratovanja dvigala in njegovih sestavnih delov v skladu z namenom od njegove izgradnje do konca uporabe. Če za obstoječa dvigala monter ni dal ustreznih navodil za uporabo, skrbništvo in vzdrževanje oziroma so ta pomanjkljiva, jih mora lastnik dvigala pridobiti od monterja dvigala ali poskrbeti za njihovo izdelavo oziroma dopolnitev. Navodila za uporabo, skrbništvo in vzdrževanje morajo vsebovati informacije in navodila za dela, ki jih je treba opraviti pri skrbništvu dvigala, reševanju oseb iz dvigala in rednem vzdrževanju dvigala. Za takšna navodila, ki jih ni pripravil monter dvigala, mora lastnik pridobiti potrditev od pooblaščenice organizacije za periodični tehnični pregled dvigal (Ur. l. RS, št. 83/2007, 21. člen). Pooblaščenica organizacija za tehnični pregled dvigal lahko priporoči postopke za vzdrževanje dvigala v skladu z navodili monterja in postopke za reševanje oseb iz dvigala.

4.2 Tehnična dokumentacija dvigala in zahteve proizvajalca do serviserja

Vsako dvigalo mora spremljati dokumentacija, napisana v slovenskem jeziku. Dokumentacija mora v primeru končnega pregleda vsebovati vsaj načrt celotnega dvigala, ki je potreben za končni pregled, zlasti diagrame kontrolnega tokokroga, uporabo z načrti in diagrami, ki so potrebni za normalno uporabo in so povezani z vzdrževanjem, s pregledovanjem, popravilom, z rednimi pregledi in reševanjem oseb iz dvigala. Več podatkov na strani (<http://europa.eu/>).

Dokumentacija mora v primeru pregleda posamezne enote dodatno vsebovati vsaj še:

- tehnične karakteristike in opis delovanja dvigala,
- izračune in glavne značilnosti nosilnih sredstev,
- seznam, značilnosti in certifikate vgrajenih varnostnih komponent.

V primeru systemskega pristopa k zagotavljanju skladnosti dvigal pa je treba razpolagati (Ur. l. RS, št. 83/2007, Priloga VI, 11. člen):

- z dokumentacijo o sistemu zagotavljanja kakovosti,
- s tehnično dokumentacijo dvigala,
- z zapisi kakovosti, kot so poročila o pregledih in podatki o preizkusih, poročila o kvalifikacijah zaposlenega osebja itd.

4.3 Postopek montaže novega dvigala

Ob prihodu v objekt mora serviser imeti s seboj projektno dokumentacijo, zavarovati dostope do jaška, narediti izmere in začeti s postavitvijo vodil. Pri postavitvi vodil mora biti še posebej natančen, saj mu pravilna postavitev (ravna) diktira udobje vožnje. Za ravno postavitev si pomaga z vrvico ali laserjem. Nadaljuje s postavitvijo vrat jaška, pogonskega stroja in krmilne omare. Nato začne s postavitvijo protiuteži in nosilnih vrvi. Vse skupaj primerno zavaruje (s posebno sponko), da lahko začne z montažo kabine. Pri kabini začne z nosilnim jarmom in višinskimi nosilci. Na jarem se pritrdijo lovilna naprava in ohišja drsnikov. Nato prične z nastavitvijo lovilne naprave, ki se nastavi z merilnimi lističi. Fiksni del lovilne naprave mora biti oddaljen od vodila ca. 1 mm. Po uspešni nastavitvi nadaljuje z montažo tal kabine, stranic in stropakabine. Vse skupaj je treba znivelirati in priviti z vijaki. Sledi montaža kabinskih vrat in opreme kabine, med drugim se pritrdi tudi viseči kabel, ki je ključen za komunikacijo kabine s krmilno omaro. Ko serviser konča s sestavo kabine, se v večini primerov preseli na vrh stavbe. Tam nadaljuje z ožičenjem in »oživljanjem« dvigala. Doda mu magnetna stikala, poveže vse kontakte, luči in tipke. Medtem se ožičujeta tudi krmilna omara in pogonski stroj. Pri ožičenju je v pomoč električna shema, ki jo priloži proizvajalec. S postavitvijo končnih stikal in magnetov se lahko prične takoj, ko dvigalo krene na servisno vožnjo. S postavitvijo končnih stikal se omeji vožnja kabine v primeru zatajitve štetja ali magnetnega stikala za pristajanje. Z magneti (bodisi z okroglimi ali s ploščatimi trakovi) kabina dvigala komunicira s krmilno omaro. Z njimi se določi, kdaj dvigalo začne zavirati in kdaj naj se ustavi. Prek teh magnetov krmilje točne ve, kje se nahaja kabina dvigala. Vse skupaj se zaključi s fino nastavitvijo pristajanja, odpiranja/zapiranja vrat in z manjšimi korekcijami pri nastavitvi drsnikov. Za lažje drsenje serviser namaže vodila. Preizkusi delovanje lovilne

naprave, ki jo sproži omejilec hitrosti, delovanje stop stikalinkončnih stikal ter naredi fine korekcije pri nastavitvi frekvenčnega regulatorja za čim večje udobje vožnje.



Slika1: Frekvenčni regulator

Vir: <http://www.gefran.com/>



Slika2: Mikroprocesorsko krmilje

Vir: <http://www.mlc.hr/en>



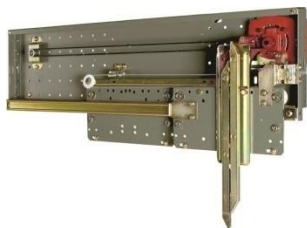
Slika3: Pogonski stroj

Vir: http://www.sassi.it/index_it.php



Slika4: Nosilnevrvi

Vir: <http://www.pfeifer-drako.de/en/elevator-products/elevator-ropes/>



Slika5: Pogonvratkabine

Vir: <http://www.fermator.com/>



Slika6: Govornanaprava

Vir: <http://www.2n.cz/en/>



Slika7: Omejilechitrosti

Vir: <http://www.pfb.it/>

4.4 Postopek vzdrževanja dvigal in postopek nadomeščanja izrabljenih komponent

Redni pregledi dvigal (redno mesečno vzdrževanje) se izvaja periodično, torej 12-krat na leto, kjer je to predpisano, v nasprotnem primeru pa po navodilih proizvajalca oziroma monterja. Servis zajema vizualno-slušni pregled, ki se opravi takoj ob prihoduvobjekt. Vizualno-slušni pregled na hitro poda stanje dvigala.

Redno vzdrževanje se začne v strojnici dvigala, ki se jo najprej počisti, pregledajo se nivoji olj v reduktorju, bočnem ležaju in ležaju pri vztrajniku. Največkrat zadnji dve postavki najdemo pri starejših pogonskih strojih.

Serviser nadaljuje s pregledom zavore, ki mora primerno odvajati (se odpirati). V primeru nezadostnega odpiranja se lahko poškodujejo obloge, pregrejejo ležaji, poveča poraba električne energije, povečana točnost pristajanja in ne nazadnje se dvigalo lahko ustavi sredi vožnje.

Serviser nadaljuje s pregledom sklopnikov, pregleda tesnost dovodnih žic v sponkah, tesnost varovalk in preveri, če so kakršnekoli sledi pregrevanja. Preden zapusti strojnico, pregleda omejilec hitrosti, ki ne sme imeti zračnosti in se mora gladko vrteti. Žleb, po katerem teče jeklena vrv, ne sme nasedati na dno žleba (to diktira vlečno sposobnost oz. izrabljenost omejilca hitrosti), kontakt omejilca pa mora biti pravilno nastavljen. Sledi še vpis v servisno knjigo. Vpiše se datum, ime serviserja, ki je vzdrževanje opravil, ter posebnosti, ki jih je opazil.

Sledi pregled iz notranjosti jaška. Serviser preveri delovanje zgornjega mejnega stikala in stop stikala na kabini ter vsa jaškovna vrata, ki se morajo zapirati gladko in brez hrupa, kabinska vrata, kontakt pretrganosti vrvi, drsnike in kontakt kabinskih vrat. Preden zapusti kabino dvigala, namaže vodila kabine in vodila proti uteži. V primeru, da so vodila zelo umazana, jih je treba razmastiti in znova namazati.

Preden konča z vzdrževalnim delom, mora preveriti še napenjalec omejilca hitrosti, spodnje končno stikalo, kontakt lovilne naprave, drsnike pod kabino in stop stikalo. Vse to je dostopno v jami jaška dvigala. Nazadnje preveri točnost pristajanja in signalizacijo. Preden zapusti jamo jaška, jo počisti in pomete. V primeru, da odkrije kakršnokoli napako oziroma izrabljeno komponento, obvesti naročnika in izrabljeni del zamenja. Najpogostejše so to kontakti vrat, hidravlična zapirala, drsniki kabine ali protiuteži, razni nosilni uležajeni kolesčki, žarnice kabine ali pozivov, dušilke itd. Po končanem rednem vzdrževanju se izda delavni nalog, ki ga podpiše predstavnik hiše.

4.5 Obveznosti serviserja pred dajanjem dvigala v uporabo

Monter/serviser dvigala (ali proizvajalec varnostne komponente) nikdar sam ne izvaja postopkov ugotavljanja skladnosti, pač pa je v postopek vedno vključena neodvisna inštitucija – priglašeni organ. Ne glede na vrsto postopka (ugotavljanja skladnosti) mora v vsakem primeru biti zagotovljeno, da so izpolnjene bistvene varnostne in zdravstvene zahteve v zvezi z načrtovanjem, izdelavo in montažo.

Serviser je dolžen priložiti vse certifikate, izračune vlečnih sposobnosti in potrdila, da so komponente, ki jih zahteva priglašeni organ, izdelane po standardu EN81 in primerne za dano uporabo, da lahko prične s pregledom. Seznam harmoniziranih standardov (in seznam priglašeni organov) je objavljen v Uradnem listu EU (Vir: <http://europa.eu/>). Te standarde pa nato države članice vključijo v svojo zakonodajo (v RS ti standardi postanejo SIST EN (vir: <http://www.sist.si>). Po končanem pregledu se izda pozitivno poročilo (če so izpolnjeni vsi pogoji) in v vednost vsem se nalepi nalepka priglašene organa v kabino dvigala.

5 POSLOVNI NAČRT PODJETJA LIFT, D.O.O.

5.1 Kratka analiza dosedanjega poslovanja

Podjetje od samega začetka, to je od leta 1993, posluje stabilno. Od ustanovitve se je dobiček večal, v zadnjem času oziroma v obdobju krize, pa je dobiček bistveno manjši ali pa ga sploh ni.

5.1.1 Predstavitev zgodovine podjetja Lift d. o. o. in dosedanjega poslovanja

Vse skupaj se je začelo s stečajem podjetja Končar, v katerem je bil oče zaposlen kot vodja vzdrževanja. Iz podjetja Končar je zaposlil dva najboljša delavca in stopil v neznano z novim podjetjem Lift, d. o. o. Z leti se je podjetje razširilo predvsem v Mariboru in okolici. Z znanjem, pridobljenim iz Končarja, smo zaposleni lahko ponudili zelo kakovostno vzdrževanje/popravila in obnovo dvigal.

5.1.2 Analiza doseženih poslovnih rezultatov za obdobje 4 let

Trend vsekakor ni dober. V naši panogi se kriza nedvomno pozna. Trenutno se ne gradi novih objektov, kar posledično pomeni, da ni povpraševanja po novih dvigalih. Starejši objekti se trenutno masovno odločajo za izolacijske fasade, to pa pomeni, da se v večini primerov najamejo visoke kredite in zato nimajo za obnovo dvigala.

Tabela 17: Analiza doseženih rezultatov za obdobje štirih let

Leto	Prihodki	Dobiček	% dobička od prihodka	Osnovna sredstva	Št. zaposlenih
2011	590.000	120.000	20,3	550.000	5
2012	590.000	130.000	22,0	650.000	5
2013	480.000	10.000	2,1	650.000	5
2014	380.000	7.000	1,8	750.000	5

Vir: Lasten

5.2 Cilji in strategijapodjetja

5.2.1 Cilji poslovanja

Cilj obravnavanega podjetja je konkurirati že obstoječim podjetjem in jih v določenih parametrih tudi prehiteti. Postaviti želimo svojo reševalno mrežo z reševalnim centrom ter slediti trendom in razvoju tehnike.

Kratkoročni cilji:

- prevzeti servisiranje večine dvigal v Mariboru,
- dvigniti nivo ponudbe,
- prodreti z novostmi,
- v letu 2015 doseči 336.000 EUR prometa in 3 % dobička.

Dolgoročni cilji:

- povečati ponudbo invalidskih dvigal,
- pridobiti stranke iz sosednjih držav,
- posodobiti delovne prostore,
- dodatno zaposliti dva delavca,
- v letu 2017 doseči 631.000 EUR prometa in 15 % dobička.

5.2.2 Strategija poslovanja

Poslovanje bo temeljilo na poštenem in profesionalnem odnosu. Trgu želimo ponuditi predvsem kakovost, zanesljivost in ugodno ponudbo, ki jo bo težko zavrniti.

5.3 Podjetje in ponudba

5.3.1 Podjetje

Naziv podjetja: Lift, d. o. o.

5.3.2 Predmet ponudbe

Ponudba podjetja je sestavljena iz vzdrževanja, servisiranja in remonta osebnih in tovornih dvigal. Trudimo se vpeljati tudi invalidska dvigala, kar je svojstvena novost v našem podjetju. Vzdrževanje je periodično vsak mesec, kar je zakonsko določeno (Ur. l. RS, št. 83/2007, 22. člen). Odziv za javljeno napako je po dogovoru, reševanje težave pa mora biti opravljeno v dveh urah.

5.3.3 Poslovni odnos proizvajalec in serviser dvigal

Odnos proizvajalec in serviser je zelo pomemben, saj omogoča serviserju tehnološko/programsko podporo kot tudi pomoč ob težji napaki. Dober odnos pripomore k odzivnosti in s tem k hitrejši odpravi napake.

5.4 Tržišče

5.4.1 Ciljne skupine kupcev

Ciljne skupine kupcev so predvsem pravne in fizične osebe v bivalnih naseljih in blokih ter večja in manjša podjetja, ki uporabljajo osebna ali tovorna dvigala. Novost so tudi objekti, ki so prijazni do invalidov. Trenutno imamo večje število dvigal v Mariboru ter širši okolici in tudi v Murski Soboti.

5.4.2 Lokacija kupcev

Lokacija kupcev v Sloveniji bi naj bil v prvih dveh letih Maribor s svojo širšo okolico, po razširitvi ponudbe predvsem na področju ponudbe invalidskih dvigal, povečanju in šolanju kadra pa celotna Slovenija.

5.4.3 Ključni konkurenti

Ključni konkurenti v Sloveniji so podjetja: ThyssenKrupp, Otis, Kone, Schindler in Daka.

5.4.4 Prednosti konkurence

Prednosti konkurence sta predvsem lastna proizvodnja in velik razvojni tim, ki je prisoten po vsem svetu (Otis, Schindler, Kone). Prednosti imajo predvsem pri tipskih dvigalih, ki jih ponujajo po resnično ugodnih cenah.

5.4.5 Slabosti konkurence

Problem se pojavi, ko kupci želijo delno modernizacijo dvigala –prilagoditev starejših komponent in spajanje novih krmilnih omaric s starejšimi komponentami.

5.4.6 SWOT-analiza za podjetje Lift, d. o. o.

Tabela 18: SWOT - analiza

NOTRANJI VPLIVI	Prednosti: - postavljanje rokov - konkurenčne cene - izkušnje v stroki - prilagodljivost - kakovost	Slabosti: - slaba medijska pokritost - pomanjkanje finančnih virov - neuveljavljenost na trgu - majhnost podjetja
ZUNANJI VPLIVI	Priložnosti na trgu: - stalno povpraševanje - pomanjkanje celovite ponudbe - večanje števila gradbenih objektov - večanje števila dvigal, ki so nujno potrebna prenove - povečevanje potreb po dvigalih za invalidne osebe	Ovire na trgu: - obstoječa konkurenca - nezaupanje v kakovost - rast novih podjetij - nedisciplina kupcev

Vir: Lasten

5.4.7 Načrt tržnih ciljev

Tabela 19: Načrt tržnih ciljev

	Leto 1	Leto 2	Leto 3	Leto 4
Do 5 %				
Med 5 % in 10 %	X	X	X	X
Nad 10 %				

Vir: Lasten

5.4.8 Načrt tržne strategije

Cilj naše strategije je ohraniti kakovost storitev kljub nenehnim pritiskom in nižanju cen. Zaradi poplave azijskih proizvajalcev se na trgu najdejo podjetja, ki želijo prevzeti posel z izredno nizkimi cenami in vprašljivo kakovostjo. Naš podjetje nedvomno želi vgraditi kakovostne komponente po dostopnih cenah in nadaljevati z vzdrževanjem dvigala po ugodnih cenah. Pravtako želimo ohraniti hiter odziv pri popravilu in reševanju oseb, ujetih v dvigalu.

5.4.9 Cenovna politika

Ker je konkurenca zelo močna, se trudimo prodreti z ugodno ponudbo in s plačilom na obroke brez obresti.

5.4.10 Podjetniška kalkulacija

Izbrani reprezentant za kalkulacijo je »redni servis« (samo delo), ki predstavlja v strukturi prodaje (168.000 : 336.240) 50 %, za leto 2015 pa je načrtovanih 200 izvedb. Podjetniška kalkulacija izbranega reprezentanta je na osnovi načrtovanih stroškov in želenega dobička prikazana v tabeli 20.

Tabela 20: Podjetniška kalkulacija

Zap. št.	Postavka	Algoritem	Vrednost
1	Porabljen material	$170.500 \times 50 \% : 200$	426.25
2	Strošek dela	$107.091 \times 50 \% : 200$	267.72
3	Strošek poslovanja	$(156.009 - 107.091) \times 50 \% : 200$	122,29
4	Lastna cena	Zap. št. 1 + 2 + 3	816,26
5	Želeni dobiček	$816,26 \times \text{želeni dobiček } 12 \%$	97,95
6	Prodajna cena brez DDV	Zap. št. 4 + 5	914,21

Vir: Lasten

Komentar k podjetniški kalkulaciji

Ob predpostavki 50 % udeležbe reprezentanta v strukturi prodaje in 200 načrtovanih izvedbah ter s takim deležem reprezentanta tudi pri stroških podjetniška kalkulacija izkazuje lastno ceno v vrednosti 816.26 EUR, ob želenem dobičku 12 %. Kot se nakazuje v kazalcu gospodarnost za 3. leto poslovanja, pa bi bila prodajna cena brez DDV v višini 914,21 EUR, kar je nižje od povprečne prodajne cene v višini 948 EUR. Topomeni, da je v podjetniški kalkulaciji ugotovljena prodajna cena še za 33,79 EUR nižja od stvarne prodajne cene. S tem je v podjetniški kalkulaciji še rezerva za morebitne višje stroške ali za višji dobiček reprezentanta.

5.4.11 Napoved prodaje

5.4.11.1 Osnove za napoved prodaje

Pri napovedi realističnega obsega prodaje izhajam predvsem iz lastnih ocen in iz nujnosti pokrivanja vseh načrtovanih stroškov poslovanja ter ustvarjanja pričakovanega dobička.

5.4.11.2 Izbira prodajnih poti

Prodaja je pogojena s pridobitvijo objekta, v katerem vzdržujemo dvigalo. Za pridobitev novega kupca je potrebna ustrezna in zadostna reklama in dobre reference. Prodajne poti zahtevajo spremljanje razpisov, gradnje objektov, nezadovoljstvo s konkurenco in stalno reklamo.

5.4.11.3 Prodajni pogoji

Storitev bo opravljena po individualnem dogovoru s predstavnikom (stranko) in upravljavcem objekta. Plačilo se pri montažah novih dvigal in ob večjih posegih lahko avansira, sicer pa sledi plačilo po opravljenem posegu. Za stranko je pomemben prodajni pogoj tudi garancijska doba za dele in storitev.

5.4.11.4 Količinska in vrednostna napoved prodaje

Tabela 21 prikazuje količinsko napoved prodaje.

Tabela 21: Količinska napoved prodaje

Predmet prodaje	Enotamere	Leto 1	Leto 2	Leto 3	Leto 4
Montaža novega dvigala (jašek dvigala pripravljen)	kom	2	3	5	5
Generalni remont	kom	5	6	12	15
Redni servis	kom	200	200	205	210
Urgentni servis	kom	50	55	60	63

Vir: Lasten

Tabela 22 prikazuje vrednostno napoved prodaje.

Tabela 22: Vrednostna napoved prodaje

Predmet prodaje	EUR/EM	Leto 1	Leto 2	Leto 3	Leto 4
Montaža novega dvigala	21.620	43.240	64.860	108.100	108.100
Redni servis	948	168.000	168.000	171.000	174.000
Urgentni servis	300	15.000	16.500	18.000	18.900
Generalni remont	22.000	110.000	132.000	264.000	330.000
Skupaj realist. napoved		336.240	381.360	561.100	631.000
Skupaj optim. napoved		403.488	457.632	673.320	757.200
Skupaj pesimist. napoved		302.616	342.224	504.990	567.900
Mesečna realist. napoved		28.000	31.700	46.700	52.500

Vir: Lasten

5.4.12 Nabava

5.4.12.1 Osnove za napoved nabave

Material (rezervni deli) je naročen vnaprej in predstavlja približno 65% cene storitve. Ves ostali material, ki je po naročilu (novo dvigalo), se naroča posebej.

5.4.12.2 Pogoji nabave

Material plačujemo ob izročni oz. dostavljeni pošiljki.

5.4.12.3 Vrednostna napoved nabave

Tabela 23 prikazuje vrednostno napoved nabave.

Tabela 23: Vrednostna napoved nabave

Predmet nabave	Povpr. vrednost v EUR	Leto 1	Leto 2	Leto 3	Leto 4
Kabina	6000	24.000	30.000	65.000	80.000
Pogonski stroj	4000	20.000	32.000	65.000	78.500
Krmilna omarica	4500	45.000	50.000	65.000	73.500
Alarmna in govorna naprava	800	10.000	17.000	19.000	21.000
Razni rezervni deli	450	69.500	71.000	98.000	102.00
Montažni material	500	2.000	4400	10900	12.800
Skupna vrednost nabave	-	170.500	202.400	322.900	367.800

Vir: Lasten

5.4.13 *Drugi vplivni tržni dejavniki*

Ekonomski: gospodarska kriza, cene materialov, ki variirajo.

Tehnološki: stalne novitete v dvigalogradnji in strojnih ter elektro komponentah.

Zakonodajni: vse strožji zakoni in predpisi.

5.4.13.1 Reklama

Podaljševali bomo obstoječe reklame in uvajali nove sodobne oblike promocije ter uporabe reklamnih medijev. Stalno bomo vzdrževali in posodabljali svojo internetno stran, skrbeli za reklamne panoje in letake. Za navedene oblike reklame bomo odšteli 3.500 EUR.

5.5 Načrt organizacije in človeških virov

5.5.1 Načrt organizacije

5.5.1.1 Makroorganizacija

Podjetje je družba z omejeno odgovornostjo, ki odgovarja s svojim osnovnim kapitalom.

5.5.1.2 Mikroorganizacija

Podjetje upravljamo sami. To obsega vse poslovne funkcije, ki jih je treba postaviti v podjetju, razen računovodstva in knjigovodstva, ki ga opravlja zunanji računovodski servis.

5.5.2 Vodstvenikader

Podjetje bo po zamenjavi generacije vodil avtor poslovnega načrta sam. Glede na predhodne delovne izkušnje in načrt, ki ga predstavljamo v tem diplomskem delu, bo treba dolgoročno gledano zaposliti še najmanj dva delavca.

5.5.3 Načrt človeških virov

Načrt človeških virov je predstavljen v tabeli 24.

Tabela 24: Načrt človeških virov

Delovno mesto	Stopnja izobrazbe	Leto 1	Leto 2	Leto 3	Leto 4
Lastnik	VI.	1	1	1	1
Delavec	IV.in V.	4	4	5	5
Skupaj zaposleni		5	5	6	6

Vir: Lasten

5.5.4 Načrt stroškov dela

Načrt stroškov dela je prikazan v tabeli 25.

Tabela 25: Načrt stroškov dela

Delovno mesto	Bruto plača/mes.	Leto 1	Leto 2	Leto 3	Leto 4
Lastnik	2.500	30.000	30.000	30.000	30.000
Delavci	1.300	62.400	64.800	81.000	82.800
Skupaj plače		92.400	94.800	111.000	112.800
Prehrana	6,4 EUR del/dan	7.700	8.000	9.350	9.450
Regres	750 EUR del/leto	3.750	3.750	4.500	4.500
Skupaj stroški delavcev/leto		103.850	106.550	124.850	126.750

Vir: Lasten

5.5.5 Računovodski servis

Računovodstvo in knjigovodstvo vodi zunanji računovodski servis, katerega povprečni strošek znaša 1.000 EUR mesečno.

5.6 Pogoji poslovanja

5.6.1 Znanje

Glede na prejšnje delovne izkušnje imamo za poslovanje dovolj lastnega znanja. Seveda bo potrebno spremljanje razvoja materiala in orodij, ki jih bomo uporabljali. Dolgoročno gledano bo treba priučiti še dva delavca zaradi postopnega naraščanja prevzema dvigal, kar pa lahko opravimo sami. Za navedeno planiramo 1.500 EUR letno.

5.6.2 Poslovni prostori

Za poslovni prostor in delavnico ni najemnine, ker se podjetje nahaja v lastnih prostorih. Obračunavajo se obratovalni stroški (ogrevanje, elektrika, voda, odvoz smeti itd.), ki znašajo ca. 200 EUR mesečno.

5.6.3 Oprema

5.6.3.1 Obstoječa oprema

Tabela 26 prikazuje pregled obstoječe opreme.

Tabela 26: Obstoječa oprema

Vrsta opreme	Število	Vrednost
Osebno vozilo	1 kos	15. 000 EUR
Orodje	60 kosov	20. 000 EUR
Računalniška oprema	1 kos	1000 EUR
Pisarniška oprema	Garnitura	3000 EUR
Mobilni telefon	5 kosov	300 EUR
Skupna vrednost		39. 300 EUR

Vir:Lasten

5.6.3.2 Načrtovana oprema

Za poslovanje imamo dovolj opreme. Dolgoročno gledano bo treba dokupiti nekaj orodja in zamenjati nekaj starega.

Tabela 27 prikazuje načrtovano opremo.

Tabela 27: Načrtovana oprema

Vrsta opreme	Leto 1	Leto 2	Leto 3	Leto 4
Vrtalni stroj	0	500	0	500
Kotni brusilnik	150	0	300	150
Plazmatski rezalnik	0	0	1.000	0
Potrošni material	1.000	1.100	1.500	1.500
Zaščitna oprema	1.000	1.000	1.000	1.100
Načrtovana oprema skupaj	2.050	2.600	3.800	3.250

Vir: Lasten

5.6.4 Finančna konstrukcija in viri za naložbe

V tabeli 28 prikazujemo finančno konstrukcijo.

Tabela 28: Finančna konstrukcija

Naložbe	Leto 1	Leto 2	Leto 3	Leto 4
Znanje	800 EUR	2.500 EUR	900 EUR	1.200 EUR
Oprema	2.500 EUR	2.600 EUR	3.800 EUR	3.250 EUR
Skupaj	3.300 EUR	5.100 EUR	4.700 EUR	4.450 EUR

Vir: Lasten

Tabela 29 prikazuje finančne vire.

Tabela 29: Finančni viri

Viri,potrebni za naložbe	Leto 1	Leto 2	Leto 3	Leto 4
Lastna sredstva	3.300	5.100	4.700	4.450
Tuji nepovratni viri	-	-	-	-
Tuji povračljivi viri	-	-	-	-
Skupaj	3.300	5.100	4.700	4.450

Vir: Lasten

5.6.5 Drugi pogoji poslovanja

5.6.5.1 Načrtovanje konkurenčne prednosti

V podjetju se bomo trudili doseči čim višji nivo kakovosti in se skušali prilagajati strankam. Če temu dodamo še realne cene naših storitev, bomo s tem postali konkurenčen podjetnik na trgu.

5.6.5.2 Ukrepi za zagotavljanje kakovosti

Kakovost zagotavljamo z uporabo kakovostnih materialov in orodij.Redno sledimo razvoju in obiskujemo sejme za najvišji nivo informiranja.

5.7 Kritična tveganja in problemi ter protiukrepi

5.7.1 Kritična tveganja in problemi

Eno izmed največjih tveganj poslovanja so bolezni in poškodbe. Dolgoročno gledano je tveganje tudi plačilna nedisciplina strank. Seveda pa na trgu obstaja tudi že določena konkurenca. Delo se večinoma opravlja na višini, zato se je treba tudi ustrezno zavarovati. To pomeni, da moramo nositi pas za pripenjanje, čelado in zaščitna pokrivala.

5.7.2 Ukrepi za premagovanje kritičnih tveganj

Če bi v najslabšem primeru prišlo do resnejših poškodb ali bolezni, se bi to reševalo z nadomestnimi delavci (nekdanji sodelavci) vsaj za določena področja poslovanja. Konkurenco bo možno premagati le s celovito planirano in kakovostno ponudbo.

5.8 Finančni načrt

5.8.1 Uporabljene predpostavke in izhodišča

Kot osnovo za finančno poslovanje uporabimo realistično napoved prodaje, napoved nabave, stroške dela, naložbe v opremo in pričakovane stroške poslovanja, ki so realistično načrtovani na osnovi dosedanjih izkušenj.

5.8.2 Načrt stroškov poslovanja

V tabeli 30 je prikazan načrt stroškov za prvo plansko leto.

Tabela 30: Načrt stroškov poslovanja

Vrsta stroškov	Mesečni znesek v EUR	Letni znesek v EUR	Opombe
A – SPREMENLJIVI DIREKTNI STROŠKI			
Nabava materiala	14.375	172.500	
Proizvodne storitve			
Drugi spremenljivi stroški			
Skupaj spremenljivi stroški	14.375	172.500	
B – STALNI STROŠKI			
Stalni del bruto plač	7.700	92.400	
Režijske tuje storitve	1.000	12.000	
Režijski material	500	6.000	
Amortizacija	430	5.168	
Energija in PTT	200	2.400	
Najemnina			
Reklama	292	3.500	
Zavarovanje	41	500	
Potni stroški	450	5.400	
Prehrana	641	7.700	
Regres	312	3.750	
Ostalo	208	2.500	
Skupaj stalni stroški	13.000	156.009	
C – FINANČNI ODHODKI			
Obresti za tuje vire			
SKUPNI STROŠKI IN ODHODKI	27.209	326.509	

Vir: Lasten

Prikaz stroškov za vsa štiri planska leta od 2015 do 2018 je podan v posebni računalniški tabeli (priloga Tabela 1).

5.8.3 Načrt izkaza poslovnega izida

Računalniški izpis v prilogi Tabela 2.

5.8.4 Načrt kazalcev poslovanja

Računalniški izpis v prilogi Tabela 3.

5.8.5 Načrt izkaza denarnega toka

Računalniški izpis v prilogi Tabela 4.

5.8.6 Načrt praga rentabilnost – donosnosti

Računalniški izpis v prilogi Tabela 5.

5.8.7 Načrt izkaza stanja

Računalniški izpis v prilogi Tabela 6.

5.8.8 Komentar k finančnemu načrtu

Poslovni izid ali izkaz uspeha

Naše podjetje je poslovalo negativno prvo leto po zagonu, vsa nadaljnja leta pa pozitivno, a žal z močnim upadom zadnja leta zaradi splošne družbene krize. Za naslednja štiri leta si obetamo vnovično rast v družbi in s tem tudi našega poslovanja. Tako izkazuje izkaz poslovnega uspeha 3 % dobiček v letošnjem letu (lanski je bil 1,8 %) in 14 % v četrtem letu.

Gospodarnost

Kazalec gospodarnosti je večji od 1, in sicer 1,03, kar pomeni 3 % dobiček. V drugem letu je kazalec gospodarnosti 1,05, v tretjem 1,11 in v četrtem letu 1,14.

Donosnost prihodkov je v prvem letu 2,89 %, v drugem letu 5,02 %, v tretjem letu 9,95 % in v četrtem letu 1,35 %.

Denarni tok prikazuje načrtovana vplačila od prodaje in izplačila za poslovanje ter naložbe in izkazuje za celotno obdobje pozitiven končni znesek gotovine, kar pomeni plansko primerno likvidnost.

Prag rentabilnosti izkazuje točko, kjer se izenačijo prihodki in odhodki in je dobiček 0. V našem načrtu se to zgodi pri 94,13 % realizaciji načrtovane prodaje, v četrtem letu pa pri 70,39 % prodaji.

Izkaz stanja prikazuje premoženje podjetja in vire premoženja, obe strani sta uravnoteženi. Med premoženjem je 30 % vrednosti v stalnem premoženju, pri virih premoženja pa je vse premoženje brez dolgoročnih obveznosti s postopno rastjo dolgoročnih rezervacij za prihodne naložbe.

Sklepni komentar

Celoten finančni načrt je pozitiven in s trendom rasti. V podjetju si bomo prizadevali, da se načrtovano tudi udejanji.

(Urlep, 2009, str. 37, 38)

5.9 Terminski plan

V tabeli 31 je prikazan terminski plan.

Tabela 31: Terminski plan

Dejavnost	Termini
Priprava poslovnega načrta	Oktober 2015
Realizacija naložb prvega leta	November/december leta 2015
Pospešitev tržnih aktivnosti	December leta 2015
Analiza udejanjanja rezultatov po PN za leto 2015	Februar 2016
Zaposlitev dodatnega monterja	April 2017
Dopolnilne naložbe	Po zaključnih računih leta 2, 3 in 4
Vsakoletna primerjava PN z dejanskimi rezultati	Po izdelavi zaključnih računov

Vir: Lasten

6 ZAKLJUČEK

Namen tega diplomskega dela je bil ob medgeneracijskem prehodu vodenja podjetja zasnovati nadaljnjo pot podjetja Lift, d. o. o., in s pomočjo tržne raziskave o zadovoljstvu dosedanjih strank ter poslovnega načrta s ciljem sanacije padajočih rezultatov zadnjih nekaj let poslovno uspešnost preusmeriti iz smeri padanja v smer rasti.

Obravnavali smo tehnično plat izvajanja storitev na področju dvigalotehnike, kar je poseben prispevek iz strojniške stroke pri montaži in servisiranju dvigal. Raziskava trga je potekala s pomočjo anketnih vprašalnikov. Med analizo odgovorov smo spoznali, da je zadovoljstvo z našim dosedanjim delom zadovoljivo, pridobili pa smo tudi nekaj dobrodošliih napotkov za nadaljnje izboljševanje razmerij med nami in koristniki naših storitev, kar je vneseno tudi v poslovni načrt ter zasnovano tržno in kadrovska strategijo.

S SWOT-analizo podjetja Lift, d. o. o., smo proučili naše priložnosti in ovire, ki se pojavljajo na trgu, spoznali smo naše glavne prednosti in slabosti pri ohranjanju na trgu in njegovi širitvi. Opredelili smo specifičnosti naše ciljne skupine in ključne konkurente. Zasnovali smo tržno strategijo, ocenili obseg poslovanja s trendom rasti, predvideli dodatno zaposlitev in na podlagi izdelanega finančnega načrta ugotavljamo možno nadaljnjo rast in uspešnost poslovanja.

S poslovnim načrtom podjetja Lift, d. o. o., smo torej izoblikovali nadaljnjo pot podjetja v tretjem desetletju njegovega obstoja. Prišli smo do zaključka, da je naša podjetniška ideja prav lahko tudi podjetniška priložnost.

Diplomsko delo predstavlja plod avtorjevega znanja, ki si ga je pridobil na Višji strokovni šoli Academia v programu strojništvo. S študijem predmeta podjetništvo je avtor prišel do številnih novih spoznanj, ki so mu ob nadgradnji poslovnega načrta razširila obzorje in prikazala jasno sliko o nadaljnjem poslovanju družinskega podjetja. Diplomsko delo avtorju pomeni pomemben korak v njegovem življenju, saj mu kaže pot, s katero bo lahko uresničil svoj cilj, prevzeti vodenje podjetja od svojega očeta po dolgoletnem uspešnem vodenju.

7 UPORABLJENA LITERATURA IN VIRI

7.1 Literatura

1. Dulc, J. (2008). *Tehnični predpisi in načrtovanje proizvodov*, študijsko gradivo, E-razred. Višja šola za strojništvo. Maribor.
2. Glas, M. (2006). *Podjetništvo I, priročnik za učence*. Zavod RS za šolstvo. Ljubljana.
3. Šauperl, F. (2009). *Podjetništvo*. Academia. Maribor.
4. Urlep, M. (2009). *Osnove ekonomike podjetja*. Zavod IRC. Ljubljana.

7.2 Viri

1. Zakon o gospodarskih družbah (ZGD-1). Ur. list RS, št. 42/2006 (60/2006 popr.).

7.3 Internetni viri

1. <http://europa.eu/> dne 5. 2. dne 2014
2. <http://www.newapproach.org>, dne 7. 2. 2014
3. <http://www.sist.si>, dne 8. 2. 2014
4. <http://www.mg.gov.si>, dne 8.2.2014
5. <http://www.uradni-list.si>, dne 8. 2. 2014
6. <http://www.mlc.hr/en>, dne, 8. 6.2014
7. http://www.sassi.it/index_it.php, dne 8.6.2014
8. <http://www.pfeifer-drako.de/en/elevator-products/elevator-ropes/>, dne 10. 8. 2014
9. <http://www.gefran.com/>, dne 10.8. 2014
10. <http://www.fermator.com/>, dne 10. 8. 2014
11. <http://www.2n.cz/en/>, dne 10. 8. 2014
12. <http://www.pfb.it/>, dne 12. 8. 2014

8 PRILOGE

Seznam prilog:

Priloga 1: Anketni vprašalnik

Priloga 2: Finančne tabele

Priloga 3: Reklamno sporočilo Lift, d. o. o.

Priloga 1: Anketni vprašalnik

ANKETNI VPRAŠALNIK

Spoštovani!

Sem Tomaž Kranjčević, izredni študent Višje strokovne šole Academia v Mariboru, program strojništvo, kjer pripravljam diplomsko delo z naslovom »Raziskava trga in poslovni načrt za vzdrževanje dvigal podjetja Lift, d. o. o.«, za kar želim v raziskovalnem delu raziskati in analizirati zadovoljstvo strank z našim dosedanjim delom in pričakovanja za v prihodnje.

Da bi pridobil podatke o tem, ali so naši uporabniki zadovoljni z našimi storitvami ali ne, sem se lotil raziskave s pomočjo anketnega vprašalnika. Zanima me, ali ste uporabniki naših storitev zadovoljni s strokovnostjo naših serviserjev oziroma ali ste zadovoljni s podjetjem Lift, d. o. o., na splošno. Menim namreč, da mora biti cilj vsakega podjetja zadovoljen uporabnik. Brez zadovoljnih uporabnikov, ni uspešnega podjetja! Iz rezultatov ankete bom lahko izvedel, na katerem področju bodo potrebne spremembe oziroma izboljšave naših storitev.

Za reševanje (obkroževanje izbranega odgovora) boste porabili manj kot 10 minut. Anketa je anonimna. Tako zbrani podatki in ugotovitve so del diplomskega dela in služijo zgolj temu namenu.

**ANKETNI VPRAŠALNIK O ZADOVOLJSTVU IZVAJANJA STORITEV PODJETJA
LIFT,D. O. O.**

1. Kakšen je vaš status?

- A. Lastnik stanovanjske hiše.
- B. Lastnik stanovanja v večstanovanjski stavbi.
- C. Lastnik poslovnega objekta.
- D. Upravnik.

2. Koliko ste stari?

- A. 20 do 30 let.
- B. 30 do 40 let.
- C. 40 do 50 let.
- D. Nad 60

3. Kje ste izvedeli za podjetje Lift, d.o.o. ?

- A. Od znanca.
- B. Iz oglasa.
- C. Od upravnika.
- D. Drugo.

4. Ste z izbiro zadovoljni ?

- A. Da.
- B. Ne.
- C. Delno.

5. Ali ste zadovoljni s svetovanjem in strokovnostjo podjetja?

- A. Da.
- B. Ne.
- C. Delno.

6. Kakšno je vaše zadovoljstvo z odnosom serviser–lastnik?

- A. Odlično.
- B. Zelo dobro.
- C. Dobro..
- D. Zadovoljivo
- C. Nezadovoljivo.

7. Kako bi ocenili svoje zadovoljstvo z mesečnim vzdrževanjem dvigala?

- A. Odlično.
- B. Zelo dobro.
- C. Dobro.
- D. Zadovoljivo.
- C. Nezadovoljivo.

8. Kaj bi želeli izboljšati ?

- A. Komunikacijo.
- B. Odzivnost.
- C. Strokovnost serviserja.
- D. Uporabo kakovostnejših rezervnih delov.

Možnih je več odgovorov

9. Kaj vam je pri serviserju pomembno ?

- A. Strokovnost.
- B. Komunikativnost.
- C. Pošten odnos .
- D. Odzivnost.

10. Kako bi ocenili odzivnost serviserja?

- A. Odlično.
- B. Zelo dobro.
- C. Dobro.
- D. Zadovoljivo.
- C. Nezadovoljivo.

11. Ali so uporabljeni rezervni deli dovolj kakovostni?

- A. Da.
- B. Delno.
- C. Ne.

12. Kaj vam je pomembnejše: kakovost ali cena?

- A. Kakovost.
- B. Cena.

13. Ali vas serviser redno obvešča o stanju dvigala?

- A . Odlično.
- B. Zelo dobro.
- C. Dobro.
- D. Zadovoljivo.
- C. Nezadovoljivo.

14. Kako pomembno je za vas, da ima dvigalo uporabno dovoljenje?

- A. Zelo.
- B. Delno.
- C. Ni pomembno.
- D. Kaj je uporabno dovoljenje ?

15. Kakšna je strokovnost serviserja?

- A. Odlična.
- B. Zelo dobra.
- C. Dobra.
- D. Zadovoljiva.
- C. Nezadovoljiva.

16. Kateri od naštetih dejavnikov so za vas pomembni ?

- A. Tradicija.
- B. Strokovnost.
- C. Cena.

17. Kaj bi vi spremenili pri naših storitvah?

Priloga2: Finančne tabele

8.3 Reklamno sporočilo Lift, d. o. o.

Za brezskrbne vožnje z dvigalom poskrbi Lift, d. o. o!