

VIŠJA STROKOVNA ŠOLA ACADEMIA,
MARIBOR

DIPLOMSKO DELO

**UGOTAVLJANJE ZADOVOLJSTVA
UPORABNIKOV Z NAČINOM
POSLOVANJA ŠTUDENTSKEGA SERVISA,
D.O.O., MARIBOR S PREDLOGOM
IZBOLJŠAV**

Kandidatka: Natalija Simonič

Študentka izrednega študija

Številka indeksa: 11190122247

Program: komercialist

Mentor: Franjo Šauperl, univ. dipl. ekon.

Maribor, januar 2012

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Natalija Simonič, št. indeksa 11190122247, sem avtorica diplomske naloge z naslovom **UGOTAVLJANJE ZADOVOLJSTVA UPORABNIKOV Z NAČINOM POSLOVANJA ŠTUDENTSKEGA SERVISA, D.O.O. MARIBOR S PREDLOGOM IZBOLJŠAV,**

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

S svojim podpisom zagotavljam, da:

- je predložena diplomska naloga izključno rezultat mojega dela,
- sem 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 mojih lastnih kaznivo po Zakonu o avtorskih in sorodnih pravicah; UL, št. 16/2007 (v nadaljevanju ZASP), prekršek pa podleže tudi ukrepom VSŠ Academia skladno z njenimi pravili,
- skladno z 32. členom ZASP dovoljujem VSŠ Academia objavo diplomske naloge na spletnem portalu šole.

Maribor, 6. februar 2012

Podpis avtorice: Natalija Simonič

ZAHVALA

Ob zaključku študija se zahvaljujem svojim najdražjim, ki so me ves čas študija spodbujali in zaupali vame. Vlivali so mi neizmerno energijo in dajali moč, da sem sedaj na cilju – saj je moje zaključno delo pred vami. Hkrati se želim zahvaliti mentorju Franju Šauperlu, ki me je z dragocenimi napotki usmerjal in v veliki meri prispeval, da sem zastavljeni cilj dosegla. Zahvala gre tudi direktorici šole Mirjani Ivanuša, ki me je ves čas šolanja s pozitivnim mišljenjem vodila do uspešnega zaključka študija. Zahvaljujem se moji prijateljici in lektorici Tanji Gregorič za spodbujanje pri pisanju diplome.

POVZETEK

Študentski servis, d.o.o., Maribor je med vodilnimi agencijami za posredovanje dijaškega in študentskega dela na domačem trgu. Srečuje se z vse močnejšo konkurenco in s spreminjajočimi se zakonskimi predpisi in faktorji okolja, na katere zmeraj ne more vplivati. Če želi podjetje ohraniti vodilni položaj na trgu, mora dobro poznati svoje konkurente ter želje, pričakovanja in potrebe svojih obstoječih in potencialnih uporabnikov – dijakov in študentov.

V ta namen smo se odločili izdelati diplomsko nalogo, ki je pred vami. V njej želimo predstaviti organizacijo in delovanje podjetja Študentski servis, d.o.o., ki želi kljub vedno močnejši konkurenci ohraniti obstoječi nivo dejavnosti – posredovanje del, fotokopiranje, avtošola, turizem, kadrovske svetovanje in ga še nadgraditi. Zato je treba nenehno stremeti k vedno novim aktivnostim in pristopom, ki bi še izboljšale njegovo konkurenčno prednost. Prav tako je treba biti pozoren na uporabnike našega podjetja in slediti njihovim željam. Iz navedenega razloga smo izvedli anketo med naključno izbranimi uporabniki storitev podjetja Študentski servis, d.o.o., ki nam je dala pomembne informacije o tem, kako nas oni vidijo. Menimo, da lahko rezultati predmetne raziskave pomembno vplivajo na prihodnje delovanje Študentskega servisa, d.o.o. kar dokazujemo tudi s poslovnim načrtom za nadaljnja štiri leta.

Ključne besede: podjetništvo, zadovoljstvo uporabnikov, trženje storitev, SWOT-analiza, organizacijska struktura, poslovno načrtovanje, poslovni izid.

SUMMARY

DETERMINATION OF CLIENT'S SATISFACTION WITH ŠTUDENSKI SERVIS, D.O.O, MARIBOR INCLUDING SUGGESTION OF IMPROVEMENTS

Študentski servis, d.o.o., Maribor is one of the leading agencies for providing student work on domestic market. It is confronted with increasing competition and changing regulatory requirements as well as environmental factors that cannot always be controlled. If the company wants to retain its leading position on the market, it should know their competitors well and it should be well aware of desires expectations and needs of its existing and potential users (students).

For this purpose, we created thesis that is in front of you. Its aim is to present the company and its operation which wishes to maintain the existing level of activity – providing students work, photocopying, driving school, travel agency, human resource consulting and to upgrade all these activities despite intense competition. Therefore it is necessary to continually strive to new activities and approaches that would further improve its competitive advantage. Also company has to be attentive to users of company and to follow their wishes. For this reason, we conducted a survey among randomly selected business users of the company which has given us important information about their opinion of our company. We believe that the results of objective research can have a significant impact on the future functioning of the Študentski servis, d.o.o., Maribor, as evidenced by the business plan for further four years.

Keywords: entrepreneurship, customer satisfaction, marketing services, SWOT analysis, organizational structure, business planning, profit and loss.

KAZALO VSEBINE

1	UVOD	9
1.1	Opredelitev problema	9
1.2	Namen, cilji in osnovne trditve diplomskega dela.....	10
1.3	Predpostavke in omejitve raziskovanja.....	10
1.4	Uporabljene metode raziskovanja.....	11
2	TEORETIČNA IZHODIŠČA	12
2.1	Bistvo podjetništva	12
2.2	Posebnosti storitvene dejavnosti	12
2.3	Pomen kakovosti v storitveni dejavnosti	13
3	PREDSTAVITEV IN GROBA ANALIZA DOSEDANJEGA POSLOVANJA ŠTUDENTSKEGA SERVISA, D.O.O., MARIBOR.....	14
3.1	Zgodovina razvoja	14
3.2	Sedanji predmet poslovanja	15
3.3	Sedanja organizacijska in kadrovska struktura	17
3.4	Pretekli poslovni rezultati (2009–2010 in ocena 2011)	19
3.5	Ocena slabosti in problemov sedanjega časa	20
4	RAZISKOVALNI DEL.....	22
4.1	Opredelitev problema za raziskavo.....	22
4.2	Priprava raziskave	22
4.3	Ključna vprašanja za raziskavo.....	23
4.4	Analiza zadovoljstva uporabnikov in potreb po izboljšavah	23
4.5	Analiza konkurence	32
4.6	SWOT-analiza naših prednosti in slabosti ter naših tržnih priložnosti in ovir	34
4.7	Sklepne ugotovitve iz raziskave.....	35
5	APLIKATIVNI DEL.....	39
5.1	Predlog novosti v predmetu ponudbe	39
5.2	Predlog novosti v odnosih z uporabniki posredovanja del	39
5.3	Predlog novosti v organizaciji in kakovosti poslovanja	40
5.4	Predlog sprememb v kadrovske strukturi	41
5.5	Poslovni načrt za obdobje 2012–2015	41
5.5.1	Predmet ponudbe	41
5.5.2	Trženje	42
5.5.3	Kadri	53
5.5.4	Pogoji poslovanja	56
5.5.5	Kritična tveganja in protiukrepi.....	58
5.5.6	Finančna projekcija.....	60
5.6	Sistem kakovosti	62
5.7	Poslovni kodeks Študentskega servisa, d. o. o. Maribor.....	63
5.8	Sklepne misli k aplikativnemu delu.....	64
6	ZAKLJUČNE MISLI O DIPLOMSKEM DELU IN ŠTUDIJU NA ACADEMII.....	66
7	UPORABLJENA LITERATURA IN VIRI	67
7.1	Literatura.....	67
7.2	Viri	67
7.3	Internetni viri	67
8	PRILOGE.....	68
8.1	Anketni vprašalnik	68
8.2	Načrt izkaza poslovnega izida	71
8.3	Načrt kazalcev poslovanja	71
8.4	Načrt izkaza denarnega toka	72

8.5	Načrt praga rentabilnosti.....	72
8.6	Načrt izkaza stanja	73

KAZALO TABEL

Tabela 1: Opis dejavnosti podjetja	17
Tabela 2: Osnovni podatki podjetja.....	17
Tabela 3: Izkaz poslovnega izida 2009–2010 in ocena 2011	19
Tabela 4: Bilanca stanja na dan 31. 12. 2010	20
Tabela 5: Ključne značilnosti vodilne konkurence.....	33
Tabela 6: Prednosti in slabosti konkurence	34
Tabela 7: SWOT-analiza	35
Tabela 8: Načrt tržnih ciljev podjetja	46
Tabela 9: Načrt tržne strategije.....	47
Tabela 10: Delitev 16,8 % koncesijske dajatve.....	49
Tabela 11: Napoved posredovanja začasnih in občasnih del dijakom in študentom.....	51
Tabela 12: Makroorganizacijska oblika podjetja.....	53
Tabela 13: Načrt stroškov dela	55
Tabela 14: Osnovna sredstva, ki so v času poslovnega načrtovanja že na razpolago	57
Tabela 15: Načrtovana oprema.....	57
Tabela 16: Finančna konstrukcija in viri za naložbe	57
Tabela 17: Tveganja in ukrepi za njihovo odpravo	59
Tabela 18: Načrt stroškov poslovanja in finančnih odhodkov	60

KAZALO SLIK

Slika 1: Organizacijska struktura podjetja.....	18
Slika 2: Logotip <i>Duhec</i>	52

KAZALO GRAFOV

Graf 1: Spol anketirancev	23
Graf 2: Starost anketirancev	24
Graf 3: Izobrazba anketirancev.....	24
Graf 4: Prijaznost svetovalca	25
Graf 5: Ustrežljivost svetovalca	25
Graf 6: Ažurnost svetovalca	26
Graf 7: Strokovna podkovanost svetovalca	26
Graf 8: Iskanje najboljše rešitve za uporabnike.....	27
Graf 9: Urejenost svetovalca	27
Graf 10: Seznanitev z novostmi.....	28
Graf 11: Pomembnost, da si svetovalec vzame čas za uporabnika	28
Graf 12: Zaupanje svetovalcu.....	29
Graf 13: Vzrok za izbiro Študentskega servisa, d.o.o.	29
Graf 14: Zadovoljstvo s storitvami.....	30
Graf 15: Razlogi za nezadovoljstvo s storitvijo posredovanja del	30
Graf 16: Slabosti pri delovanju Študentskega servisa	31

1 UVOD

Diplomsko nalogo smo pisali na osnovi podjetja, v katerem je kandidatka za diplomantko zaposlena. V Študentskem servisu, d.o.o., opravlja dela in naloge vodje že vrsto let. Skozi vsa obdobja delovanja Študentskega servisa, d.o.o., je pridobila vpogled v njegovo delovanje in njegove uporabnike.

1.1 *Opredelitev problema*

Študentski servis, d.o.o. Maribor je najstarejši slovenski študentski servis, saj deluje že 50 let. Ustanovljen je bil 17. 6. 1961 z namenom zagotavljanja čim več občasnih in začasnih del študentom in dijakom za izboljšanje njihovega materialnega položaja v času šolanja. V okviru delovanja Študentskega servisa, d.o.o., se izvaja več dejavnosti, ki zajemajo: posredovanje del, avtošolo, fotokopiranje in turistično dejavnost. Ker želimo v prihodnje obseg dela še razširiti, je vnaprej treba vedeti, kaj je smiselno in kam nas določena aktivnost lahko pripelje. In prav zaradi tega je treba nenehno spremljati dogajanje na trgu in vtise uporabnikov naših storitev.

Diplomska naloga temelji na predstavitvi delovanja Študentskega servisa, d.o.o. Maribor. Izhodišče je predstavitev podjetja, njegove organiziranosti, povezave s trgom in ne nazadnje z njegovimi uporabniki.

V nadaljevanju diplomske naloge sta predstavljena pomen zadovoljstva uporabnikov s storitvami Študentskega servisa, d.o.o., Maribor ter poskus ugotovitve, kaj vpliva na zadovoljstvo uporabnikov in njihovo lojalnost.

V raziskovalnem delu diplomske naloge smo z izdelanim anketnim vprašalnikom pridobili mnenja naključno izbranih anketirancev o izvajanju storitev Študentskega servisa, d.o.o.. Hkrati ugotavljamo, da so anketiranci podali ideje o tem, kako si oni predstavljajo njegovo delovanje in kaj bi želeli spremeniti. Poleg anketne metode smo uporabili še analizo prednosti in slabosti konkurence ter SWOT-analizo naših prednosti in slabosti ter naših tržnih priložnosti in ovir kot osnovo za oblikovanje novosti v naši tržni politiki.

V sklepnem delu diplomskega dela smo izdelali predlog izboljšav organizacije in poslovanja in to vgradili v poslovni načrt kakor tudi v sistem kakovosti in Poslovni kodeks Študentskega servisa, d.o.o., Maribor.

1.2 Namen, cilji in osnovne trditve diplomskega dela

Namen diplomskega dela v raziskovalnem delu je bil raziskati, kaj vpliva na zadovoljstvo uporabnikov Študentskega servisa, d.o.o., Maribor. Predvsem kaj je bistveno, da so uporabniki storitev zadovoljni in da se vedno znova vračajo v naš servis in ga hkrati priporočajo svojim prijateljem. Na osnovi ugotovitev raziskave pa izdelati predlog izboljšav.

Cilj diplomske naloge je predstaviti organiziranost in dejavnost podjetja Študentski servis, d.o.o., raziskati trg, na katerem deluje, ugotoviti, kakšno je zadovoljstvo uporabnikov in kako zaposleni vplivajo na izvajanje dejavnosti, ter določiti kritična tveganja, probleme in protiukrepe. Prav tako je cilj diplomske naloge preučiti dejavnike uspešnosti poslovanja, morebitne ovire in prednosti ter konkurenčnost. Dodaten cilj diplomske naloge je ugotoviti kaj vpliva na zadovoljstvo uporabnikov naših storitev, to bomo spoznali z izvedeno anketo. Končni cilj diplomske naloge sta zasnova izboljšav v našem poslovanju in uspešno poslovanje v naslednjem štiriletnem obdobju.

Trditve, ki jih bomo poskušali potrditi z anketnim vprašalnikom, so, da so večini anketirancev pomembne strokovnost, prijaznost, ustrežljivost, ažurnost in urejenost zaposlenih v Študentskem servisu, d.o.o., Maribor. Prav tako izhajamo iz trditve, da ni nič tako dobro, da ne bi moglo biti še boljše.

1.3 Predpostavke in omejitve raziskovanja

Predpostavke, ki smo jih upoštevali v raziskavi in načrtovanih ukrepih, so:

- uporabniki postajajo vse zahtevnejši,
- konkurenca v posredovanju del postaja vse močnejša,
- študentski servisi so se prisiljeni »boriti« za svoje uporabnike,
- uporabniki storitev svobodno odločajo o izbiri študentskega servisa in
- v organizaciji poslovanja so vselej možnosti za inovativne novosti.

Omejitve, ki smo jih pričakovali, so bile:

- nezadosten odziv anketirancev,
- neustrezni ali nepopolni odgovori in
- morebitno nesprejemanje novosti za njihovo realizacijo.

Podjetništvo je živ organizem, ki ga sestavljajo ljudje in so jedro podjetja. Podjetništvo je lahko uspešno le, če ljudem v podjetju zagotavlja primerne koristi in prejema od njih v menjalnih razmerjih zadostno povračilo (Kralj, Ivanuša-Bezjak in Senčar, 2005, 17).

1.4 Uporabljene metode raziskovanja

Raziskava temelji na pripravljenem anketnem vprašalniku, ki je bil razdeljen med 100 naključno izbranih uporabnikov Študentskega servisa, d.o.o., Maribor. Pridobljene podatke iz ankete smo statistično obdelali in rezultate prikazali v obliki grafov.

2 TEORETIČNA IZHODIŠČA

2.1 Bistvo podjetništva

Po mnenju avtorja strokovne literature Šauperla (2009, 9–10) lahko osnova za poslovno zamisel izvira iz lastnih poslovnih težav ali iz poslovnih težav drugih ljudi, ki jih opazimo in želimo rešiti. Vzrok za nove poslovne zamisli so tudi težnje po nenehnem izboljšanju in spreminjanju obstoječega po načelu Nič ni tako dobro, da ne bi moglo biti še boljše.

Isti avtor navaja naslednje pomembne situacije, ki so odločilne za razvijanje podjetniških zamisli:

- problemi, ki nas tarejo na poslovnem področju,
- problemi, ki tarejo ljudi, pa bi jih lahko s svojo poslovno zamislijo razrešili,
- stvari, ki lahko poslovno zamisel spremenijo v denar,
- poskusi, kako preoblikovati osebne zmožnosti v podjetniške posle,
- opazovanje določene ciljne skupine potrošnikov z vidika njihovih potreb,
- razmišljanje, kako problem spremeniti v podjetniško priložnost,
- dogodki v okolju, ki lahko postanejo podjetniška priložnost.

2.2 Posebnosti storitvene dejavnosti

Mnenj avtorjev strokovne literature o tem, kaj je storitev, je zelo veliko. Po mnenju avtorja Snoja (1998, 32) je storitev aktivnost, korist in zadovoljstvo, ki jih storitvene organizacije ponujajo na prodaj same ali v navezi s fizičnimi izdelki. Avtor Potočnik (2002, 421) pa meni, da so storitve posebno dejanje ali delovanje, ki ga izvajalec ponudi porabniku. Storitev je dejanje ali delovanje, ki ga ena stran lahko ponudi drugi, je po svoji naravi neotipljiva in ne pomeni posredovanja česar koli. Proizvodnja storitve je lahko vezana na fizični izdelek ali pa tudi ne (Kotler, 1996, 464).

Storitvene dejavnosti se v vsakem gospodarstvu lahko izvajajo na področju gospodarstva (gospodarske storitve) in negospodarstva (družbene in zasebne storitve), kot so: izobraževanje, svetovanje, zdravstvo, pravo, varstvo okolja, posredovanje dela in znanja,

upravni postopki, in sicer po tržnem klasičnem principu ali v obliki koncesije (Šauperl, 2009, 19).

Delež storitvenega sektorja se v svetu povečuje v razvitih in tudi v razvijajočih se državah. Storitvene dejavnosti zaposlujejo vse več prebivalstva, delež vlaganj v storitveni sektor narašča, prav tako tudi delež storitev v mednarodni menjavi (Kodrin, 2008, 8).

2.3 Pomen kakovosti v storitveni dejavnosti

Avtorica Kodrinova (2008, 8) navaja, da uporabniki storitev pogosto niso zadovoljni s kakovostjo in vrednostjo posredovane storitve oziroma z izvajalci storitev. Pritožbe se največkrat nanašajo na neizpolnjevanje obljub, zamude, neprijaznost ali nestrokovnost izvajalcev, neprimeren delovni čas, dolge čakalne vrste, zapletene in nepregledne spletne strani ...

Nasprotno se storitvene organizacije pretežno ukvarjajo z vprašanji, katere storitve ponuditi in kako izvesti posamezno storitev, da bodo uporabniki zadovoljni, organizacije pa bodo ustvarile načrtovani dobiček. Veliko ponudnikov storitev se pritožuje, kako težko je pri storitvah znižati stroške in ustvariti dobiček. Najpogosteje se pritožujejo zaradi pomanjkanja primerno strokovno usposobljenih in motiviranih sodelavcev ali uporabnikov storitev, ki postajajo vse zahtevnejši in jih je vedno težje zadovoljiti.

3 PREDSTAVITEV IN GROBA ANALIZA DOSEDANJEGA POSLOVANJA ŠTUDENTSKEGA SERVISA, D.O.O., MARIBOR

3.1 Zgodovina razvoja

Študentski servis, d.o.o. Maribor je najstarejši slovenski študentski servis, z vami že 50 let. Ustanovljen je bil 17. junija 1961 z namenom zagotavljanja čim več občasnih in začasnih del študentom in dijakom za izboljšanje njihovega materialnega položaja v času šolanja.

Študentski servis opravlja tudi druge dejavnosti, ki so povezane z interesi študentov in dijakov, kot so avtošola (vezana na območje Maribora), fotokopiranje, turistična dejavnost, vendar je posredovanje dela ostalo čvrsta prioriteta v vsem tem času.

V želji, da bi ugodili potrebam čim večjega števila naročnikov imamo, na območju celotne države več poslovalnic. V njih vsi člani pod enakimi pogoji poslujejo in zadovoljujejo svoje želje na teh področjih. Vpis je možen v katerikoli enoti Študentskega servisa, d.o.o. ali preko svetovnega spleta (naše internetne strani), je brezplačen, prav tako omogoča spremljanje ponudb del z območja celotne Slovenije. Trenutno ima Študentski servis, d.o.o. 18 poslovalnic po Sloveniji. Zaradi razmer na trgu dela smo bili primorani zapreti nekatere poslovalnice.

Naš cilj je čimbolj zadovoljiti pričakovanja vseh naših članov, dijakov in študentov, prav tako pa tudi podjetij, ki z nami sodelujejo. Trudimo se, da bi se uspešno razvijali in širili spekter storitev tudi na področje kadrovanja. Odvisni smo od naših naročnikov, zato mora biti naš trud še večji. Zavedati se moramo situacije na trgu, zato moramo biti še posebno skrbni pri načrtovanju poslovne strategije. Imeti moramo vizijo, kam bi radi prišli, in izbrati primeren način do te poti.

Na naši spletni strani <http://www.ss-mb.si/> (27. 11. 2011) so navedena vsa prosta delovna mesta, prav tako vse novosti in obvestila. Uporabnikom je na razpolago tudi Klikservis, namenjen je podjetjem ter študentom in dijakom. Potrebna je le registracija, za člane članska številka in elektronski naslov, podjetja imajo podoben način registracije. Tako lahko

uporabniki spremljajo prosta delovna mesta, zasluške in pregledujejo napotnice. Podjetja pa lahko preko Klikservisa opravijo obračun ur za opravljena dela in izvršijo plačila. Vse lahko naredijo z enega mesta, in to kadarkoli. Tako vsi prihranijo čas in denar. Trudimo se, da bi tisti, ki delajo preko našega servisa, denar prejeli takoj, ko podjetje vrne napotnico, se pravi, da zaslužek akontiramo.

Poslanstvo podjetja je omogočiti delo dijakom in študentom in jim s tem izboljšati materialno stanje v času šolanja.

Vizija podjetja je približati delo študentom že v času študija in s tem pripomoči, da pridobijo delovne izkušnje, in jim olajšati pot do zaposlitve.

3.2 Sedanji predmet poslovanja

Osnovna dejavnost družbe, vpisana v register, je posredovanje delovne sile (pretežno se ukvarja s posredovanjem občasnega in začasnega dela dijakom in študentom). Družba se ukvarja tudi z drugimi dejavnostmi (**Tabela 1**), neposredno povezanimi z interesi dijakov in študentov: avtošola, turizem, fotokopiranje in razmnoževanje.

DEJAVNOST	OPIS DEJAVNOSTI
POSREDOVANJE ZAČASNIH IN OBČASNIH DEL DIJAKOM IN ŠTUDENTOM	Glavna dejavnost Študentskega servisa Maribor je posredovanje začasnih in občasnih del svojim članom. V čim večji meri se trudimo zadovoljiti potrebe in želje članov, trudimo se zalagati denar iz lastnih razpoložljivih sredstev, da članom ni treba čakati na delodajalčevo plačilo. S pomočjo naše spletne strani Klikservis člani dostopajo do vseh aktualnih informacij, ponudbe prostih del, prav tako lahko po spletu naročijo napotnice. Na spletnih straneh lahko pregledujejo napotnice, dela, kdaj so prejeli plačilo in kolikšen je bil znesek. Za vstop v aplikacijo član potrebuje geslo. Dobi ga tako, da ob registraciji v Klikservis vpiše svojo člansko številko in lasten elektronski naslov. Na ta elektronski naslov članu pošljemo geslo, ki ga lahko po želji spremeni. Tako ima član svojo spletno stran/aplikacijo, na kateri lahko pregleduje napotnice (izdane, vrnjene), svoje zasluške (koliko je zaslužil in kdaj) ter pregleduje prosta delovna mesta, ob katerih so objavljeni tudi kontakti naročnikov. Do aplikacije Klikservis lahko člani dostopajo 24 ur na dan. In zakaj elektronsko poslovanje? Omogoča enostavno pridobivanje podatkov, vse poteka hitreje, zagotovljena je tudi zasebnost. Elektronsko poslovanje je v današnjem času nepogrešljivo orodje, saj omogoča posredovanje informacij ne glede na razdaljo in čas.
AVTOŠOLA	Avtošola, izobražuje in usposablja nove mlade voznike že od leta 1973, je namenjena dijakom, študentom in drugim. Za člane Študentskega servisa so ure učenja vožnje cenejše. Termini predavanj in ure praktične vožnje so prilagojeni šolskim obveznostim dijakov. Predavanja CPP so organizirana tudi po šolah.
FOTOKOPIRANJE	Fotokopiranje se izvaja v vseh poslovalnicah Študentskega servisa Maribor. Zato uporabljamo izključno na fotokopirne stroje Canon. V vseh enotah nudimo tudi storitve spiralne vezave in uvajamo storitev tiskanja z USB- ključka.

TURIZEM	Na področju turizma deluje družba od leta 2007 tudi pod blagovno znamko Don Travel. Res je, da je za leto 2009 značilen upad prihodkov na vseh področjih, vendar smo še tako dobri, da nam tudi na tem področju ostaja nekaj dobička. V letih 2010 in 2011 prihodke še povečujemo z intenzivnim trženjem lastnih produktov Dravska vila in vlakec Jurček.

Tabela 1: Opis dejavnosti podjetja

Vir: Lasten vir

3.3 Sedanja organizacijska in kadrovska struktura

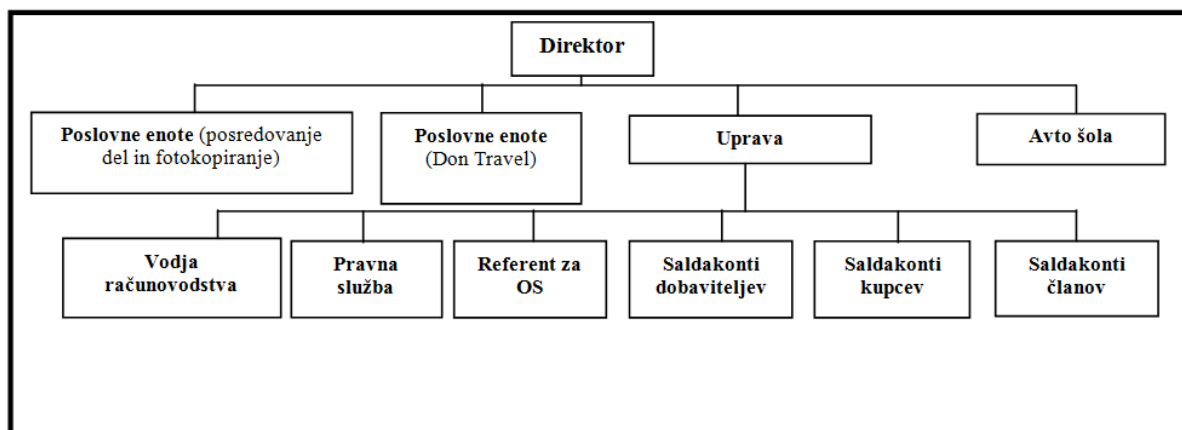
Podjetje Študentski servis, d.o.o. Maribor (v nadaljevanju Študentski servis, d.o.o.) je bilo ustanovljeno 17. junija 1961, torej ima za seboj že 50-letno zgodovino in je najstarejši študentski servis v Sloveniji. Konec leta 2010 je zaposlovalo 54 ljudi (46 žensk in 8 moških). Podjetje nima nadzornih organov (nadzornega sveta ali revizijskega odbora). Lastnik podjetja je hkrati tudi njegov direktor.

<u>Firma:</u>	ŠTUDENTSKI SERVIS, posredovanje delovne sile, trgovina, gostinstvo, gradbeništvo, nepremičnine in storitve d.o.o.
<u>Skrajšana firma:</u>	Študentski servis, d.o.o.
<u>Sedež:</u>	Gregorčičeva ulica 23, Maribor
<u>Organizacijska oblika:</u>	družba z omejeno odgovornostjo
<u>Akt o ustanovitvi:</u>	Odločba št. LP 00602/0067-1996/KJ o soglasju za lastninsko preoblikovanje v družbo z omejeno odgovornostjo
<u>Registracija:</u>	Srg 2002/02398, št. vložka 1/00775/00
<u>Glavna dejavnost družbe:</u>	74.500 - posredovanje zaposlitve študentom za opravljanje občasnih in začasnih del
<u>Osnovni kapital:</u>	177.629,00 EUR
<u>Lastniška struktura:</u>	82,68 % 23 fizičnih oseb 17,32 % lastni poslovni delež ŠS
<u>Direktor družbe:</u>	Marjan Krajnc

Tabela 2: Osnovni podatki podjetja

Vir: Letno poročilo podjetja za 2009

Slika 1 prikazuje organizacijsko strukturo podjetja, ki je sledeča: uprava (direktor, vodja računovodstva, pravna služba, saldakonti dobaviteljev, kupcev in članov, referent za OS), poslovne enote za posredovanje del, fotokopiranje in turizem (18 enot po Sloveniji), avtošola (vodja, inštruktorji).



Slika 1: Organizacijska struktura podjetja

Vir: Lasten, ustvarjen s pomočjo internih virov podjetja

3.4 Pretekli poslovni rezultati (2009–2010 in ocena 2011)

IZKAZ POSLOVNEGA IZIDA 2009 - 2010 IN OCENA 2011			
	2009	2010	2011
1. Čisti prihodki od prodaje	6.858.933	6.152.538	5.980.320
a) Prihodki, doseženi na domačem trgu	6.858.933	6.152.538	5.980.320
b) Prihodki, doseženi na tujem trgu	0	0	0
Drugi poslovni prihodki (s prevrednotovalnimi poslovnimi prihodki)	194.811	178.489	188.430
3. Stroški blaga, materiala in storitev	1.318.108	909.380	859.669
Nabavna vrednost prodanih blaga in materiala ter			
a) stroški porabljenega materiala	113.796	93.480	75.600
b) Stroški storitev	1.204.312	815.900	784.069
4. Stroški dela	967.093	905.160	856.738
a) Stroški plač	681.398	649.081	640.627
b) Stroški pokojninskih zavarovanj	60.386	56.489	48.992
c) Stroški drugih socialnih zavarovanj	72.460	67.350	52.876
d) Drugi stroški dela	152.849	132.240	114.252
5. Odpisi vrednosti	227.109	198.580	198.236
a) Amortizacija	197.058	181.800	198.236
Prevrednotovalni poslovni odhodki pri neopredmetenih sredstvih in opredmetenih osnovnih			
b) sredstvih	417	0	0
Prevrednotovalni poslovni odhodki pri obratnih			
c) sredstvih	29.634	16.780	0
6. Drugi poslovni odhodki	4.311.681	3.935.870	1.529.651
Finančni prihodki	3.040.461	83.070	0
7. Finančni prihodki iz deležev	2.994.488	7.850	31.570
a) Finančni prihodki iz deležev v družbah v skupini	2.984.000	0	
b) Finančni prihodki iz drugih naložb	10.488	7.850	31.570
8. Finančni prihodki iz danih posojil	24.843	63.120	97.400
a) Finančni prihodki iz posojil, danih družbam v skupini	0	0	0
b) Finančni prihodki iz posojil, danih drugim	24.843	63.120	97.400
9. Finančni prihodki iz poslovnih terjatev	21.130	12.100	31.570
a) Finančni prihodki iz poslovnih terjatev do drugih	21.130	12.100	31.570
Finančni odhodki	4.343.667	222.450	190.970
Finančni odhodki iz oslabitve in odpisov finančnih			
10. naložb	4.156.000	0	
11. Finančni odhodki iz finančnih obveznosti	177.056	205.240	166.641
a) Finančni odhodki iz posojil, prejetih od bank	166.641	197.140	166.641
b) Finančni odhodki iz drugih finančnih obveznosti	10.415	8.100	0
12. Finančni odhodki iz poslovnih obveznosti	10.611	17.210	0
Finančni odhodki iz obveznosti do dobaviteljev in meničnih			
a) obveznosti	10.590	7.930	0
b) Finančni odhodki iz drugih poslovnih obveznosti	21	9.280	0
13. Drugi prihodki	72.003	97.100	0
14. Drugi odhoki	19.977	21.324	1.970.340
15. Davek iz dobička	260.584	63.956	389.582
16. Čisti poslovni izid obračunskega obdobja	-1.102.060	255.824	1.168.748

Tabela 3: Izkaz poslovnega izida 2009–2010 in ocena 2011

Vir: Letno poročilo za 2009, 2010 in lastne napovedi za 2011

BILANCA STANJA NA DAN 31. 12 .2010			
Postavke na dan 31.12. 2010	2010	Postavke na dan 31.12. 2010	2010
SREDSTVA	10.309.624	OBVEZNOSTI DO SREDSTEV	10.309.624
A. DOLGOROČNA SREDSTVA	8.013.788	A. KAPITAL	2.657.239
I. Neopredmetena sredstva in dolgoročne AČR	3.630	I. Vpoklicani kapital	177.629
1. Dolgoročne premoženjske pravice	3.630	1. Osnovni kapital	177.629
II. Opredmetena osnovna sredstva	1.900.036	II. Kapitalske rezerve	272.315
1. Zemljišča in zgradbe	654.362	III. Rezerve iz dobička	2.012.743
a. Zemljišča	103.137	1. Zakonske rezerve	18.758
b. Zgradbe	551.225	Rezerve za lastne delnice in lastne poslovne	
2. Druge naprave in oprema	675.883	deleže	1.773.493
3. Opredmetena osnovna sredstva	569.791	Lastne delnice in lastni poslovni deleži (kot	
a. Opredmetena OS v gradnji in izdelavi	553.323	odbitna postavka)	-1.771.867
b. Predujmi za pridobitev opredmetenih OS	16.468	4. Statutarne rezerve	360.359
III. Naložbene nepremičnine	1.250.122	5. Druge rezerve iz dobička	1.632.000
IV. Dolgoročne finančne naložbe	4.628.160	IV. Presežek iz prevrednotenja	5.517
1. Dolgoročne finančne naložbe, razen posojil	783.887	V. Prenesen čisti poslovni izid	182.030
a. Delnice in deleži v družbah v skupini	100	VI. Čisti poslovni izid poslovnega leta	7.005
b. Delnice in deleži v pridruženih družbah	732.382	B. REZERVACIJE IN DOLGOROČNE PČR	0
c. Druge dolgoročne finančne naložbe	51.405	C. DOLGOROČNE OBVEZNOSTI	379.305
2. Dolgoročna posojila	3.844.273	I. Dolgoročne finančne obveznosti	378.600
a. Dolgoročna posojila družbam v skupini	0	2. Dolgoročne finančne obveznosti do bank	378.600
b. Dolgoročna posojila drugim	3.844.273	II. Dolgoročne poslovne obveznosti	705
V. Dolgoročne poslovne terjatve	23.733	5. Druge dolgoročne poslovne obveznosti	705
1. Dolgoročne poslovne terjatve	23.733	III. Odložene obveznosti za davek	0
VI. Odložene terjatve za davek	208.107	Č. KRATKOROČNE OBVEZNOSTI	5.425.610
B. KRATKOROČNA SREDSTVA	2.282.922		
I. Sredstva (skupina za odtujitev) za prodajo	0	I. Obveznosti vključene v skupine za odtujitev	0
II. Zaloge	17.585	II. Kratkoročne finančne obveznosti	3.454.000
1. Material	17.585	2. Kratkoročne finančne obveznosti do bank	3.454.000
III. Kratkoročne finančne naložbe	79.106	4. Druge kratkoročne finančne obveznosti	0
1. Kratkoročne finančne naložbe, razen posojil	0	III. Kratkoročne poslovne obveznosti	1.971.610
a. Druge kratkoročne finančne naložbe	0	Kratkoročne poslovne obveznosti do	
2. Kratkoročna posojila	79.106	dobaviteljev	71.792
a. Kratkoročna posojila družbam v skupini	0	Kratkoročne poslovne obveznosti na	
b. Kratkoročna posojila drugim	79.106	podlagi predujmov	200.000
IV. Kratkoročne poslovne terjatve	2.020.581	5. Druge kratkoročne poslovne obveznosti	1.699.818
1. Kratkoročne poslovne terjatve do družb v skupini	0	D. KRATKOROČNE PASIVNE ČASOVNE RA	1.847.470
2. Kratkoročne poslovne terjatve do kupcev	1.743.656		
3. Kratkoročne poslovne terjatve do drugih	276.925		
V. Denarne sredstva	165.650		
KRATKOROČNE AKTIVNE ČASOVNE	12.914		
C. RAZMEJITVE			

Tabela 4: Bilanca stanja na dan 31. 12. 2010

Vir: Letno poročilo za 2010

3.5 Ocena slabosti in problemov sedanjega časa

Sedanja situacija v podjetju Študentski servis, d.o.o. se glede na predhodna leta ni veliko spremenila. Veljati je začel novi Pravilnik o pogojih za opravljanje dejavnosti agencij za zaposlovanje, ki je prinesel kar nekaj novosti na področju študentskega dela. Ustanovljen je bil Javni sklad Republike Slovenije za razvoj kadrov in štipendije, ki se oblikuje na podlagi študentskega dela. Vanj se mesečno namenja 25 % obračunanih sredstev iz koncesijske

dejavnosti. Kljub temu pa so študentje še vedno omejeni pri pridobivanju štipendij. Ta pravilnik med drugim opredeljuje, komu smejo študentski servisi posredovati začasna in občasna dela. Ukinjeno je delo pavzerjev, ponovno pa smejo delati udeleženci izobraževanja odraslih.

Vse našteto in trenutna gospodarska kriza pa vse bolj zmanjšujeta število podjetij, ki potrebujejo študente za opravljanje del. Podjetja se zaradi slabih poslovnih rezultatov vse bolj zatekajo k racionalizaciji zaposlovanja in tako v vse večji meri povečujejo obremenjenost redno zaposlenega kadra. Ker je situacija zelo negotova, se tudi v prihodnje pričakuje zmanjšan obseg povpraševanja po študentskih zaposlitvah.

Prav zaradi naštetega se v podjetju Študentski servis, d.o.o. zatekamo k omejevanju novih dejavnosti in želimo z obstoječim kadrom čim bolj kvalitetno zadostiti potrebam študentov. V tem in prihodnjem letu tudi ne načrtujemo novih aktivnosti, ki bi nam povečale stroške.

4 RAZISKOVALNI DEL

4.1 *Opredelitev problema za raziskavo*

Naši uporabniki, katerim je namenjena raziskava o ugotavljanju zadovoljstva z načinom poslovanja v dejavnosti posredovanja del Študentskega servisa, d.o.o., so naši člani, ki so lahko:

- osebe s statusom dijaka v Republiki Sloveniji, ki so že dopolnile 15 let,
- osebe s statusom študenta v Republiki Sloveniji,
- osebe s statusom udeležencev izobraževanja odraslih, ki so mlajše od 26 let in se izobražujejo po javno veljavnih programih osnovnega, poklicnega, srednjega in višjega strokovnega izobraževanja, katere lahko opravljajo začasna in občasna dela preko študentskega servisa,
- dijaki in študenti, državljani Republike Slovenije, ki imajo status dijaka ali študenta v tujini (kar se dokazuje s potrdilom o vpisu, izdanem po predpisih v državi tuje šole),
- osebe, ki so zaključile srednjo šolo v tekočem šolskem letu in bodo (na podlagi vpisa na visokošolski zavod) pridobile status študenta ob začetku novega šolskega leta, ter
- študentje tujih univerz, ki v okviru mednarodnih izmenjalnih programov opravljajo študijske obveznosti v Republiki Sloveniji.

V letu 2010 smo imeli 45.000 aktivnih članov.

4.2 *Priprava raziskave*

Anketni vprašalnik smo razdelili med 140 naključno izbranih, obstoječih in potencialnih uporabnikov storitev podjetja Študentski servis, d.o.o..

Anketni vprašalnik je bil uporabnikom razdeljen v obdobju med 15. in 30. 8. 2011 ob njihovem obisku v Študentskem servisu, d.o.o.

Na anketo je odgovorilo 100 anketirancev, kar je dovolj velik vzorec, na podlagi katerega lahko pridobimo realno sliko delovanja našega podjetja.

4.3 Ključna vprašanja za raziskavo

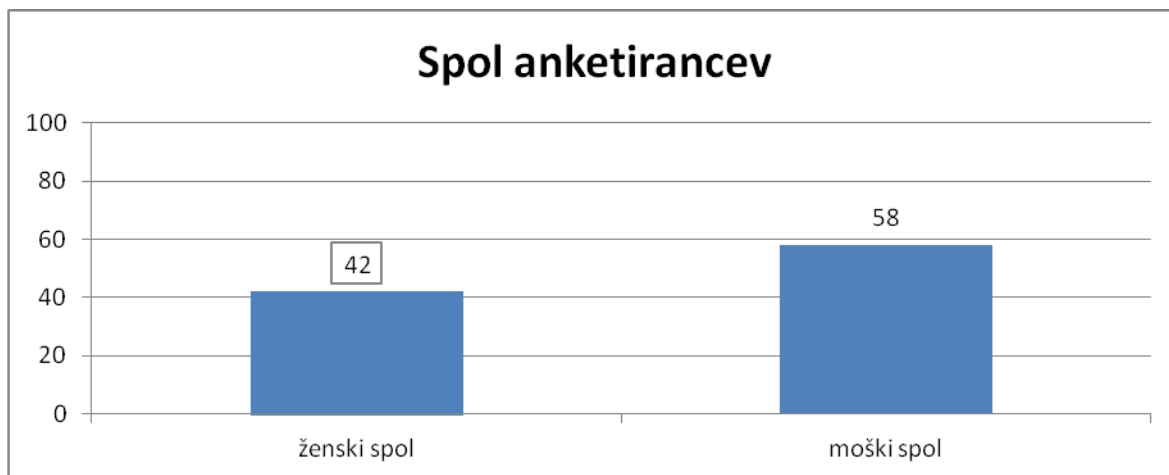
Ob zasnovi diplomske naloge smo si zastavili ključna vprašanja, na katera bi želeli z izvedbo raziskave trga med uporabniki storitev podjetja Študentski servis, d.o.o., pridobiti mnenje o tem, kaj je zanje pomembno in kaj pričakujejo od zaposlenih svetovalcev ter podjetja kot celote. Predvidevali smo, da so zanje pomembne prijaznost, ustrežljivost, ažurnost, urejenost in strokovnost svetovalca v našem podjetju. Vsa ta in še druga vprašanja smo želeli preveriti in dobiti odgovore nanje. Zavedamo se namreč, da je zadovoljstvo uporabnikov našega podjetja odločilno za njegov nadaljnji uspešni razvoj in pozitivno poslovanje.

4.4 Analiza zadovoljstva uporabnikov in potreb po izboljšavah

Na podlagi pridobljenih anketnih vprašalnikov, ki so bili vrnjeni od sodelavcev, smo ugotovili naslednje:

Na anketni vprašalnik je odgovorilo:

- 42 žensk,
- 58 moških.

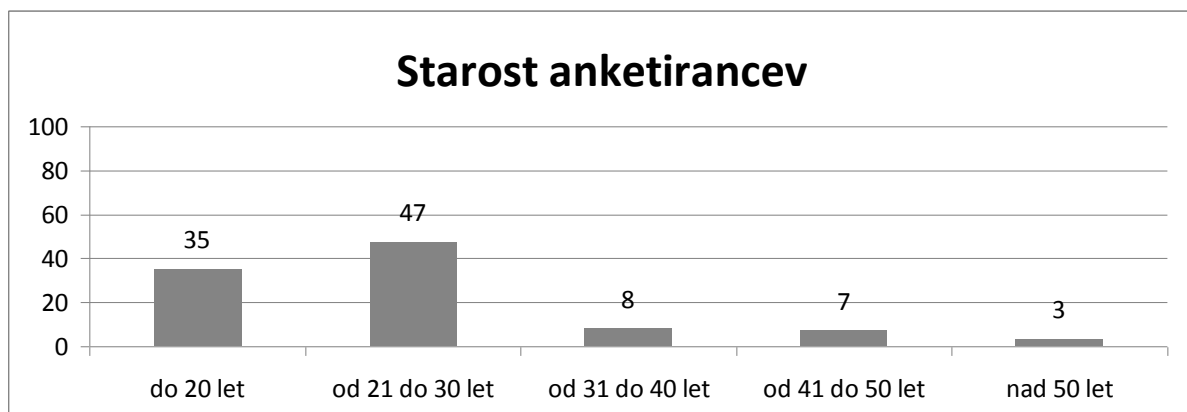


Graf 1: Spol anketirancev

Vir: Lastna anketa

Anketni vprašalnik je glede na starost izpolnilo:

- a) 35 anketirancev, starih do 20 let,
- b) 47 anketirancev, starih od 21 do 30 let,
- c) 8 anketirancev, starih od 31 do 40 let,
- d) 7 anketirancev, starih od 41 do 50 let,
- e) 3 anketiranci, stari nad 50 let.

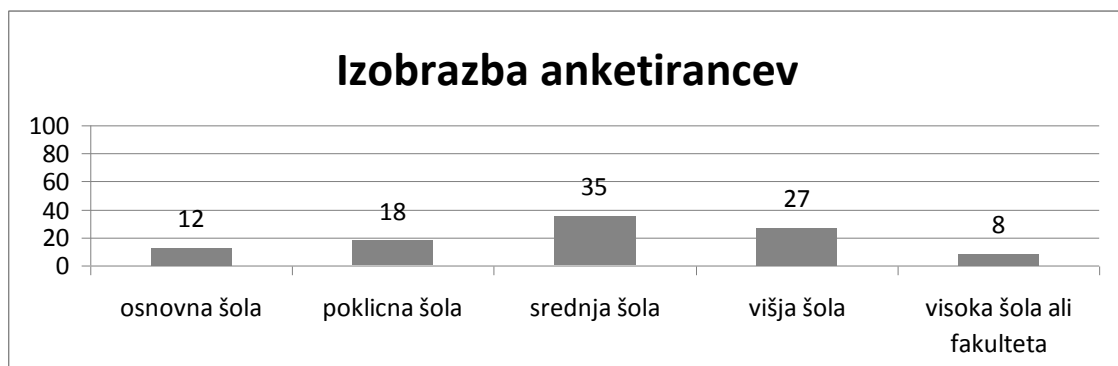


Graf 2: Starost anketirancev

Vir: Lastna anketa

Glede na izobrazbeno strukturo je anketni vprašalnik izpolnilo

- 12 anketirancev, ki imajo končano osnovno šolo,
- 18 anketirancev, ki imajo končano poklicno šolo,
- 35 anketirancev, ki imajo končano srednjo šolo,
- 27 anketirancev, ki imajo končano višjo šolo,
- 8 anketirancev, ki imajo končano visoko šolo ali fakulteto.



Graf 3: Izobrazba anketirancev

Vir: Lastna anketa

Na zastavljeno vprašanje Ali je za vas pomembna prijaznost svetovalca v Študentskem servisu, d.o.o.? smo prejeli naslednje odgovore:

- a) 79 anketirancev je odgovorilo z da,
- b) 21 anketirancev je odgovorilo z ne.



Graf 4: Prijaznost svetovalca

Vir: Lastna anketa

Na zastavljeno vprašanje Ali je za vas pomembno, da je svetoalec v Študentskem servisu ustrežljiv? smo prejeli naslednje odgovore:

- a) 95 anketirancev je odgovorilo z da,
- b) 5 anketirancev je odgovorilo z ne.

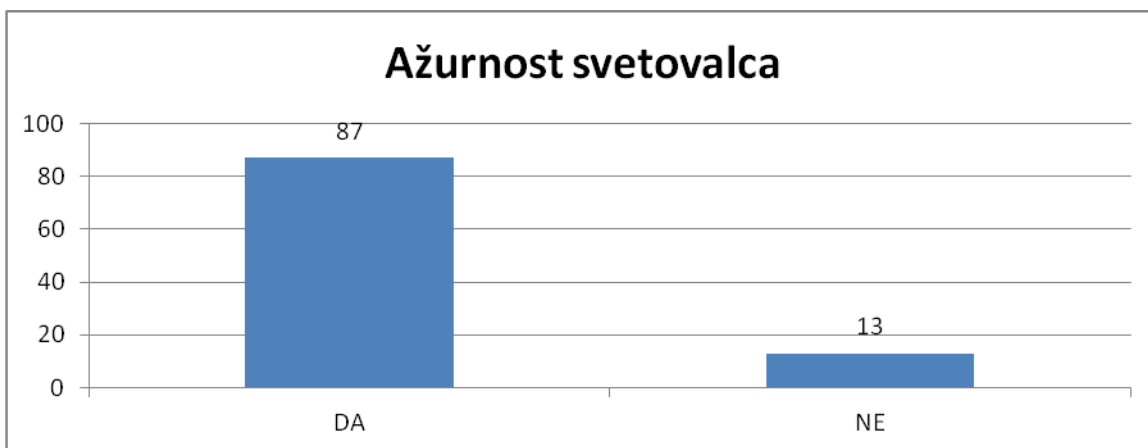


Graf 5: Ustrežljivost svetovalca

Vir: Lastna anketa

Na zastavljeno vprašanje Ali naj bo svetovalec v Študentskem servisu ažuren? smo prejeli naslednje odgovore:

- a) 87 anketirancev je odgovorilo z da,
- b) 13 anketirancev je odgovorilo z ne.



Graf 6: Ažurnost svetovalca

Vir: Lastna anketa

Na zastavljeno vprašanje Ali je za vas pomembno, da je svetovalec v Študentskem servisu strokovno podkovan? smo prejeli naslednje odgovore:

- 98 anketirancev je odgovorilo z da,
- 2 anketiranca sta odgovorila z ne.

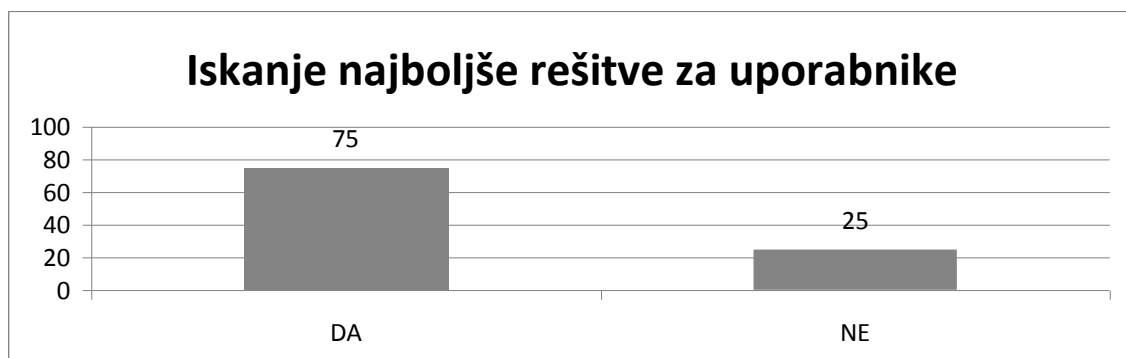


Graf 7: Strokovna podkovanost svetovalca

Vir: Lastna anketa

Na zastavljeno vprašanje Ali je za vas pomembno, da svetovalec svetuje pri iskanju najboljše rešitve za vas? smo prejeli naslednje odgovore:

- 75 anketirancev je odgovorilo z da,
- 25 anketirancev je odgovorilo z ne.

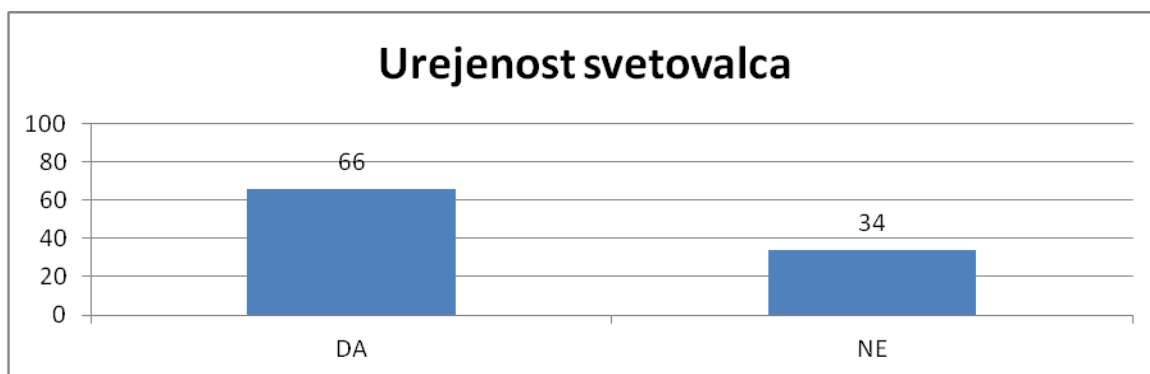


Graf 8: Iskanje najboljše rešitve za uporabnike

Vir: Lastna anketa

Na zastavljeno vprašanje Ali je za vas pomembno, da je svetovalec urejen? smo prejeli naslednje odgovore:

- a) 66 anketirancev je odgovorilo z da,
- b) 34 anketirancev je odgovorilo z ne.

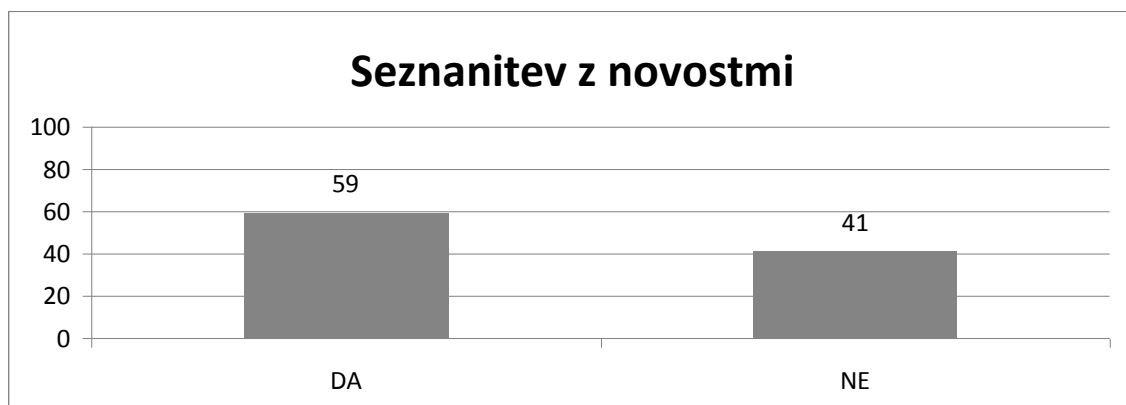


Graf 9: Urejenost svetovalca

Vir: Lastna anketa

Na zastavljeno vprašanje Ali je za vas pomembno, da vas svetovalec seznani z novostmi v ponudbi Študentskega servisa? smo prejeli naslednje odgovore:

- 59 anketirancev je odgovorilo z da,
- 41 anketirancev je odgovorilo z ne.

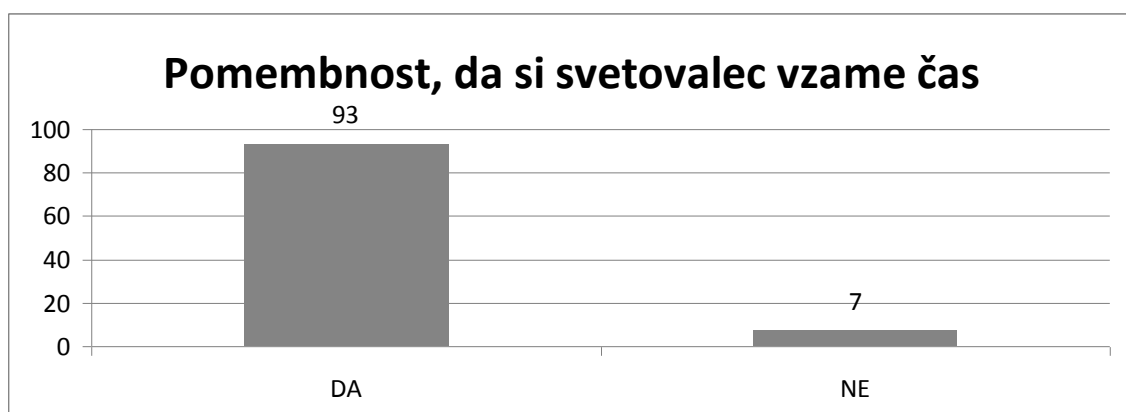


Graf 10: Seznaiter z novostmi

Vir: Lastna anketa

Na zastavljeno vprašanje Ali je za vas pomembno, da si svetovalec vzame čas za vas in vam prisluhne? smo prejeli naslednje odgovore:

- 93 anketirancev je odgovorilo z da,
- 7 anketirancev je odgovorilo z ne.

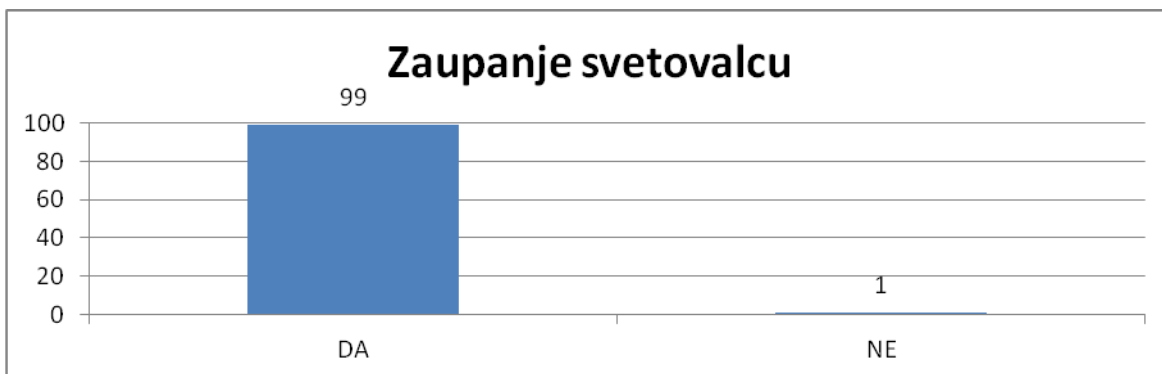


Graf 11: Pomembnost, da si svetovalec vzame čas za uporabnika

Vir: Lastna anketa

Na zastavljeno vprašanje Ali je za vas pomembno, da svetovalcu zaupate? smo prejeli naslednje odgovore:

- 99 anketirancev je odgovorilo z da,
- 1 anketiranec je odgovoril z ne.

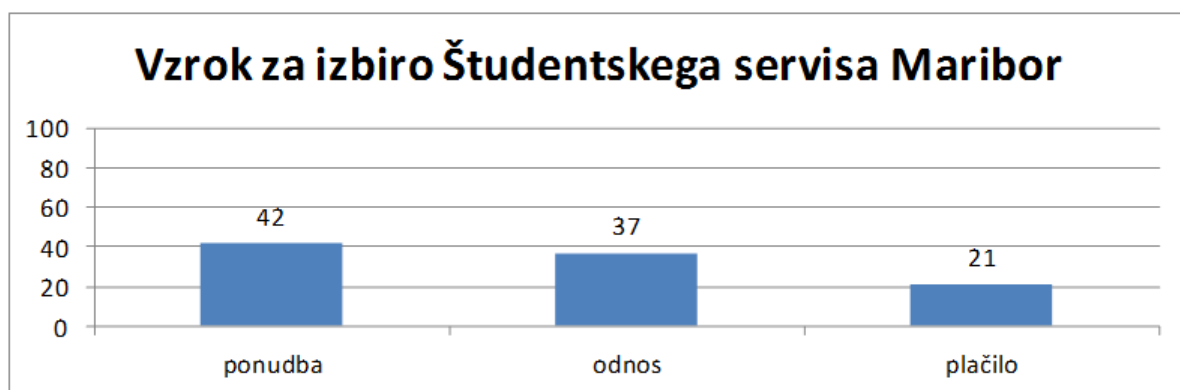


Graf 12: Zaupanje svetovalcu

Vir: Lastna anketa

Na zastavljeno vprašanje Zakaj ste izbrali Študentski servis, d.o.o.? smo prejeli naslednje odgovore:

- 42 anketirancev je odgovorilo zaradi ponudbe,
- 37 anketirancev je odgovorilo zaradi odnosa,
- 21 anketirancev je odgovorilo zaradi plačila.

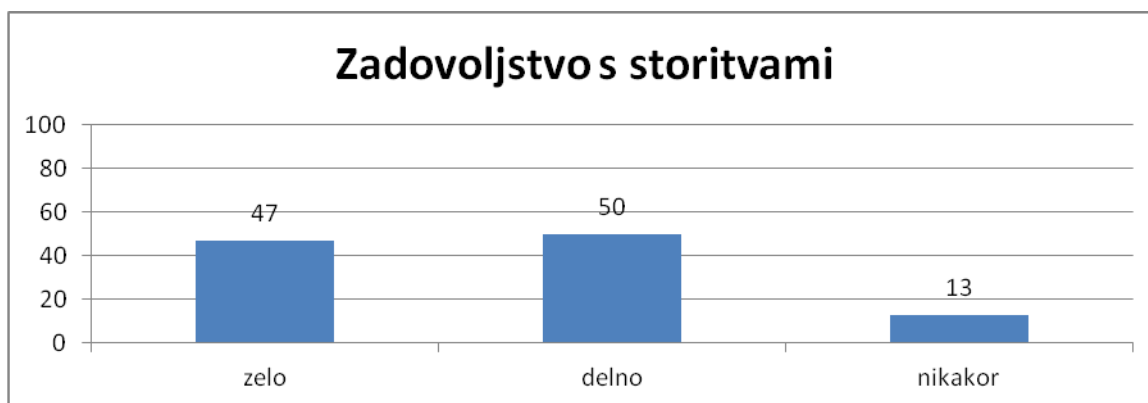


Graf 13: Vzrok za izbiro Študentskega servisa, d.o.o.

Vir: Lastna anketa

Na zastavljeno vprašanje Kako ste zadovoljni s storitvami posredovanja del? smo prejeli naslednje odgovore:

- a) 47 anketirancev je odgovorilo z zelo,
- b) 50 anketirancev je odgovorilo z delno,
- c) 13 anketirancev je odgovorilo z nikakor.

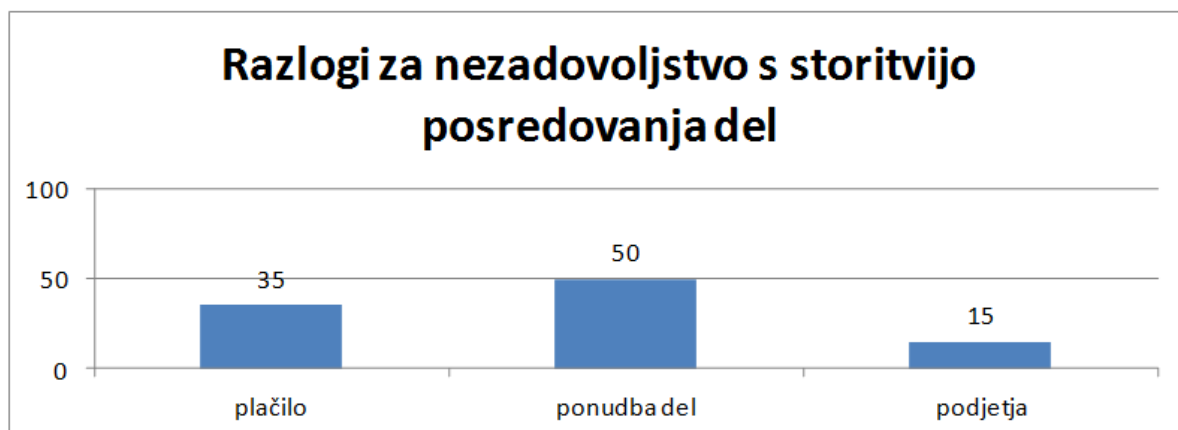


Graf 14: Zadovoljstvo s storitvami

Vir: Lastna anketa

Na zastavljeno vprašanje, ki se nanaša na predhodno, če ste pri prejšnjem vprašanju odgovorili, da ste s storitvijo posredovanja del zadovoljni samo delno ali nikakor, opišite razloge, smo dobili naslednje odgovore:

- a) 35 anketirancev je odgovorilo zaradi plačila,
- b) 50 anketirancev je odgovorilo zaradi ponudbe del,
- c) 15 anketirancev je odgovorilo zaradi podjetja.

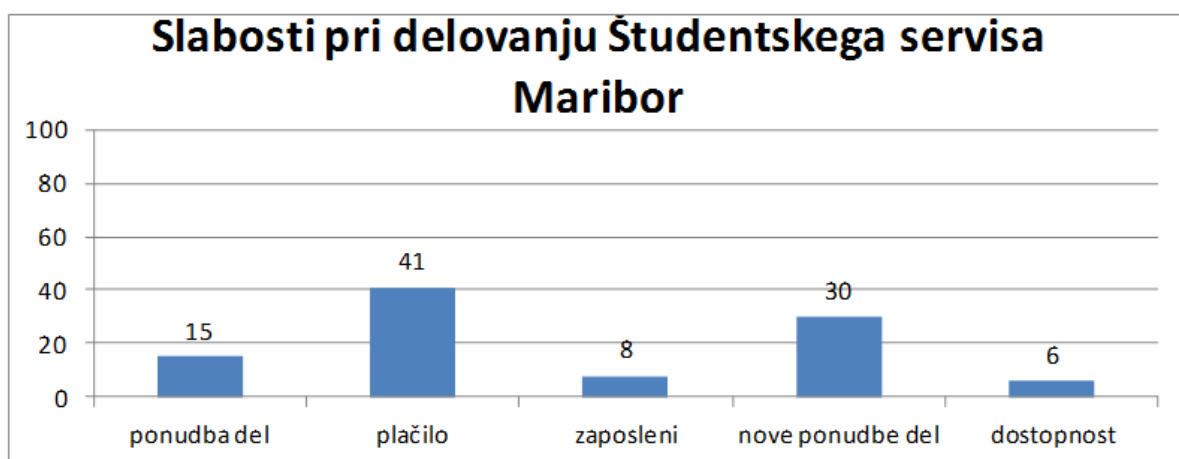


Graf 15: Razlogi za nezadovoljstvo s storitvijo posredovanja del

Vir: Lastna anketa

Na vprašanje Kaj pogrešate pri delovanju Študentskega servisa? smo prejeli naslednje odgovore:

- a) 15 anketirancev oziroma 15 % je odgovorilo, da jih moti slaba ponudba del,
- b) 41 anketirancev oziroma 41 % je odgovorilo, da jih moti zadrževanje denarja Študentskega servisa,
- c) 8 anketirancev oziroma 8 % je odgovorilo, da jim ne ustrezajo zaposleni svetovalci, ki opravljajo svoje delo z nezadovoljstvom,
- d) 30 anketirancev oziroma 30 % je odgovorilo, da jih moti, da ne prejemajo vsak dan novih ponudb del na e-naslov,
- e) 6 anketirancev oziroma 6 % je odgovorilo, da jih motijo poslovalnice v centru mesta, kamor ni mogoče z avtom.



Graf 16: Slabosti pri delovanju Študentskega servisa

Vir: Lastna anketa

Na zastavljeno vprašanje O predlogih za izboljšanje poslovanja Študentskega servisa? smo dobili naslednje odgovore:

- večina anketirancev si želi, da bi Študentski servis, d.o.o. uporabnikom plačeval vnaprej, šele nato bi denar terjal od podjetja. Anketirance najbolj moti, da čakajo na zaslužen denar kar nekaj časa po nakazilu, ki ga je podjetje opravilo na Študentski servis, d.o.o.,
- veliko anketirancev meni, da bi morali v Študentskem servisu, d.o.o. zaposlovati več ljudi, ki imajo veselje do dela in do mladih, ter takšne, ki si vzamejo čas in poskušajo pomagati uporabnikom po najboljših močeh,
- večina anketirancev tudi meni, da bi moral Študentski servis, d.o.o. preverjati delodajalce pred napotitvijo uporabnikov na delo. Predlagajo, da bi se oglašali za delo

objavili na Študentskem servisu, d.o.o., šele po preverbi bonitete delodajalca in njegove zmožnosti plačila za opravljeno delo.

4.5 Analiza konkurence

Avtor Rebernik (1999, 335) meni, da je za uspešno delovanje podjetja treba poznati konkurenco znotraj panoge, v kateri podjetje deluje. Da bi konkurenco lahko analizirali, je treba upoštevati nekatere vzročno-posledične povezave:

- večje je število podjetij v panogi in bolj ko so si ta podobna po velikosti in zmogljivosti, večja je konkurenca,
- konkurenca je običajno večja, kadar povpraševanje narašča počasneje,
- konkurenca je močnejša, kadar podjetja znižujejo cene ali uporabljajo druge tržne taktike, da bi obdržala zelen obseg prodaje,
- konkurenca je močnejša, kadar diferenciranje izdelkov oz. storitev ni veliko,
- konkurenca v panogi narašča sorazmerno z dobičkonosnostjo posameznih strateških poslovnih potez, ki jih sprejemajo rivalska podjetja.

V skladu s teoretičnimi izhodišči avtorjev strokovne literature smo tudi v podjetju Študentski servis, d.o.o. Maribor analizirali konkurenco po naslednjih kriterijih:

- **ključni konkurenti** - naši največji in ključni konkurenti so: e-Študentski servis, ŠS d.o.o. in študentski servis Agencija M servis d.o.o.
- **značilnosti vodilne konkurence** – v tabeli 5 navajamo ključne značilnosti dveh naših največjih in ključnih konkurentov.

ZNAČILNOSTI	e-Študentski servis, ŠS d.o.o.	Agencija M servis d.o.o.
ŠTEVILO POSLOVALNIC	22	15
E-POSLOVALNICA	da (webŠtudent)	da
KADROVSKA AGENCIJA	ne	da
IZKUŠNJE	dolgoletne	dolgoletne
KOMPLETNO SVETOVANJE	da	da
OBSEŽNA BAZA PONUDNIKOV IN ISKALCEV DEL	da	da
ZALAGANJE ZASLUŽKOV	da	da
UGODNOSTI ZA ČLANE	da	da

Tabela 5: Ključne značilnosti vodilne konkurence

Vir: Lastna raziskava razpoložljivih informacij, 2011

- cene konkurence** - cene storitev posredovanja delovne sile, predvsem na področju posredovanja del dijakom in študentom, so na slovenskem trgu enotne, saj jih določa študentska koncesija. Posredovanje začasnih in občasnih del dijakom in študentom, o kateri odloči ministrstvo za delo, družino in socialne zadeve z odločbo in s koncesionarjem nato sklene koncesijsko pogodbo. Agencija, ki ima z ministrstvom za delo, družino in socialne zadeve sklenjeno koncesijsko pogodbo za posredovanje začasnih in občasnih del dijakom in študentom, lahko opravlja dejavnost posredovanja dela tako, da posreduje delo dijakom in študentom na podlagi napotnice za delo. Znesek na računu za opravljeno študentsko delo izračunamo tako, da znesku na napotnici dodamo 12 % (koncesijska dajatev) in 2 % (dodatna koncesijska dajatev) ter davek na dodano vrednost na koncesijsko dajatev in dodatno koncesijsko dajatev: $12\% \text{ KD (koncesijska dajatev)} + 2\% \text{ DKD (dodatna koncesijska dajatev)} = 14\% + 20\% \text{ DDV (na KD + DKD)} = 16,8\%$.

Na računih za podjetja, za katera postopek plačila in prijave pavšalnega prispevka za obvezno zdravstveno zavarovanje (PPOZZ) izvede študentski servis, prištejemo še PPOZZ (v letu 2010 4,34 €, v letu 2011 pa 4,46 €).

Najenostavnejša formula za izračun zneska za plačilo je, da znesek na napotnici pomnožimo s faktorjem 1,168, prištejemo PPOZZ, ki trenutno znaša 4,46 € (primer: vrednost računa, ki ga bo prejel delodajalec za 400,00 € študentskega honorarja:

400 € x 1,168 + 4,46 € = 471,66 €).

- **način prodaje pri konkurenci** - konkurenca trži svoje storitve svoji mreži članov in podjetjem, s katerimi uspešno sodeluje, na podlagi referenc in izkušenj, ki si jih je pridobila.
- **tržni nastop konkurence** - konkurenca se propagira predvsem v različnih medijih (časopisi, TV, radio, medijsko odmevne prireditve ...) in posvetovnem spletu ter preko zadovoljnih strank (vsi zelo dobro poznamo pregovor *Dober glas seže v deveto vas.*).

+ PREDNOSTI	SLABOSTI -
• 100% akontiranje zaslužkov • finančna moč • ustvarjeno dobro ime • reference	• koncentriranje na območje osrednje Slovenije • manj izkušenj, dokaj mlado podjetje na področju te dejavnosti • osredotočenost le na dejavnost študentskega dela

Tabela 6: Prednosti in slabosti konkurence

Vir: Lastna raziskava razpoložljivih informacij, 2011

4.6 SWOT-analiza naših prednosti in slabosti ter naših tržnih priložnosti in ovir

Bistvo SWOT-analize je, da ovrednoti in temeljito analizira stanje podjetja na tržišču ter preuči informacije, ki se nanašajo na preteklo, sedanje in prihodnje obdobje njegovega delovanja. S SWOT-analizo lahko podjetje celovito povzema vse informacije iz okolja in ta analiza pomaga podjetju ugotoviti, katere so njegove prednosti in slabosti ter priložnosti in nevarnosti, ki jih ponuja okolje, v katerem deluje. Analiza vseh naštetih dejavnikov je za podjetje velika konkurenčna prednost, saj se tako lahko pravočasno pripravi na morebitne nevarnosti in hkrati izkoristi trenutne prednosti (Valcl, Štebih, Kralj, Klemenčič, 2006, 34–35).

ZUNANJI TRŽNI VPLIV	+ MOŽNOSTI (priložnosti) • potrebe po začasni in občasni delovni sili • interes delodajalcev za cenejšo delovno silo • koncept graditve karierne poti posameznika • potrebe po prilagodljivem in poenostavljenem procesu iskanja delovne sile	OVIRE (nevarnosti) - • močna konkurenca • vse večja plačilna nedisciplina • omejitve koncesijske pogodbe • zakonski okviri - ZMD v pripravi
	+ PREDNOSTI • dolgoletne izkušnje • 100% zalaganje zaslužkov (za podjetja z ustrežno boniteto) • nudenje dodatnih storitev (avtošola, fotokopiranje, pravno svetovanje, svetovanje o dohodnini ...) • KLIKSERVIS - hiter in enostaven dostop do storitev (elektronsko poslovanje) • številne nagradne igre in priročna darila • izdelan postopek iskanja in selekcije	SLABOSTI/NEVARNOSTI - • omejenost ponudbe del v odvisnosti od komitentov • premalo vlaganja v dovršeno tehnologijo in njen razvoj le te • morebitna sprememba zakonodaje, povečanje davka in koncesijskih dajatev pri storitvah • izguba koncesije

Tabela 7: SWOT-analiza

Vir: Lastna raziskava razpoložljivih informacij, 2011

4.7 Sklepne ugotovitve iz raziskave

Izpeljana anketa med naključno izbranimi uporabniki Študentskega servisa, d.o.o. je bila grafično predstavljena v predhodnem poglavju. Sedaj bomo pridobljene odgovore prikazali v obliki strnjenih povzetkov:

- Na anketni vprašalnik je odgovorilo 58 % moških in 42 % žensk.
- Glede na starostno strukturo anketirancev je bilo kar 82 % starih do 30 let, kar pomeni, da je velika večina naključno izbranih anketirancev dijakov in študentov. Preostali so bili starejši od 30 let in ta skupina anketirancev zajema predvsem ljudi, ki več nimajo statusa študenta, temveč so bili v Študentskem servisu, d.o.o. iz drugih razlogov (fotokopiranje, avtošola, turistične dejavnosti ...).

- Glede na izobrazbeno strukturo je anketni vprašalnik izpolnilo največ anketirancev s končano srednjo šolo – 35 %. Sledi skupina anketirancev s končano višjo šolo – 27 %. Sklepamo lahko, da predmetni vzorec anketiranja zajema več kot polovico srednje in višješolske populacije, ki obiskuje Študentski servis, d.o.o..
- Za večino anketirancev – 79 %, je pomembna prijaznost svetovalca v Študentskem servisu, d.o.o.. Pridobljeni komentarji anketirancev kažejo na dejstvo, da je prijaznost svetovalca, ki opravlja delo v podjetju Študentski servis, d.o.o. pomembna. Tako meni večina anketirancev, saj jih je kar 79 % označilo, da je prijaznost zanje pomembna. Iz navedenih odgovorov lahko sklepamo, da se uporabniki Študentskega servisa, d.o.o. med prijaznimi svetovalci boljše počutijo in raje prihajajo k nam, kjer je osebje prijazno in nasmejeno ter z zadovoljstvom opravlja svoje delo. 21 % anketirancev pa prijaznost svetovalca ni pomembna in se odločajo za sodelovanje s Študentskim servisom, d.o.o., glede na druge dejavnike.
- Za večino anketirancev – 95 %, je zelo pomembna ustrežljivost svetovalca v študentskem servisu, medtem ko 5 % anketirancev ta ni pomembna. Osebno menimo, da je ustrežljivost svetovalca zelo pomembna, saj s tem zadovoljimo potrebe uporabnikov Študentskega servisa, d.o.o. in jim damo občutek zadovoljstva z opravljeno storitvijo.
- Večina anketirancev - 87 %, je potrdila naše mnenje, da je zanje zelo pomembno, da je svetovalac v študentskem servisu ažuren. To pomeni, da želijo, da se njihove zahteve in želje karseda hitro rešujejo. Skratka, uporabniki želijo biti hitro postreženi in pričakujejo takojšnje odgovore na zastavljena vprašanja. Le 13 % anketirancev meni, da ažurnost ni pomemben faktor pri opravljanju dela v študentskem servisu, kar po naši oceni pomeni, da so jim pomembni ostali dejavniki, ki jih naš servis ponuja.
- Večina anketirancev – 98 %, je izjavila, da je strokovna podkovanost svetovalca v študentskem servisu zelo pomembna, saj le tako lahko opravlja svoje delo profesionalno. Minimalen delež anketirancev – le 2 %, pa meni, da strokovna podkovanost ni pomembna pri opravljanju dela. Menimo, da je za to skupino anketirancev pomembna cena, ki jo študentski servis ponuja za svoje storitve.
- Za večino anketirancev – 75 %, je zelo pomembno, da svetovalac v študentskem servisu svetuje uporabniku pri iskanju najboljše rešitve zanj. Ti odgovori kažejo na to, da nam uporabniki zaupajo. Ob tem 25 % anketirancev meni, da jim to ni pomembno pri opravljanju dela v študentskem servisu, saj se raje sami odločajo.

- Večina – 66 % meni, da je urejenost svetovalca na delovnem mestu zelo pomembna, saj uporabnikom s tem kaže, da jih ceni. Osebno smo mnenja, da tudi uporabniki raje prihajajo k svetovalcem, ki so urejeni in primerno oblečeni, saj se v stiku z njimi zagotovo bolje počutijo, kot pri svetovalcu, ki ni urejen. Moramo pa priznati, da nas je podatek, da kar 34 % anketirancev meni, da jim urejenost svetovalca ni pomembna, zelo presenetil.
- Več kot polovici anketirancev – 59 %, je pomembno, da jih svetovalec seznani z novostmi v ponudbi študentskega servisa. Osebno menimo, da je seznanjanje uporabnikov z novostmi izjemno pomembno, saj se vsak ne znajde v svetu informacij, ki nas obkrožajo. Prav zaradi navedenega lastnega mnenja smo nad visokim deležem odgovorov – 41 % anketirancev, presenečeni, saj tega nismo pričakovali. Verjetno sta razlog za tako visok odstotek velika zagnanost uporabnikov in njihova želja po rednem spremljanju novosti. Najverjetneje najbolj zaupajo sebi in zato sami spremljajo, kaj se na področju delovanja študentskega servisa dogaja.
- Velika večina anketirancev - kar 93 %, jih trdi, da je zanje zelo pomembno, da jim svetovalec študentskega servisa prisluhne in si zanje vzame čas. S tem pokaže uporabnikom njihovo pomembnost in naklonjenost. Menimo, da se vsak uporabnik počuti pomembnega za študentski servis in pričakuje, da bo sprejet tako, kot si zasluži. Kljub temu pa 7 % anketirancev meni, da zanje ni pomembno, če si svetovalec v študentskem servisu zanje vzame čas.
- Večini anketirancev – 99 %, je zaupanje svetovalcu študentskega servisa pomemben dejavnik. Osebno smo mnenja, da ti odgovori pomenijo, da brez zaupanja v svetovalce uporabniki študentskega servisa ne bi obiskovali. Dejstvo je namreč, da brez zaupanja ni sodelovanja. Posel pa, kot vemo, izvajajo ljudje – svetovalci, ki morajo najti pot, da jim uporabniki zaupajo. Nasprotno meni le 1 % anketirancev.
- Kot smo že ob zasnovi anketnega vprašalnika predvidevali, so odgovori anketirancev dejansko potrdili, da so razlogi za izbiro študentskega servisa zelo različni. Tako je razvidno, da se je 42 % anketirancev odločilo za Študentski servis, d.o.o. Maribor zaradi njegove ponudbe. Kar 37 % anketirancev se je za naš študentski servis odločilo zaradi dobrih odnosov, med sodelavci in do uporabnikov. 21 % anketirancev pa se je odločilo za Študentski servis, d.o.o. zaradi rednega plačila za opravljeno delo.
- Iz rezultatov ankete je razvidno, da 47 % anketirancev izjavlja, da so zelo zadovoljni s storitvami posredovanja del, ki so jih deležni v našem študentskem servisu. Zelo visok

delež anketirancev – 50 %, jih trdi, da so s storitvami servisa le delno zadovoljni. Menimo, da je ta delež previsok in da bi se bilo treba potruditi za večjo zadovoljnost uporabnikov. Treba je ugotoviti, kaj je tisto, kar jih moti, in to spremeniti oziroma izboljšati. Le 13 % anketirancev pa je izjavilo, da nikakor niso zadovoljni s storitvami, ki se nanašajo na posredovanje del v Študentskem servisu, d.o.o..

- Pridobljeni odgovori anketirancev kažejo, da 35 % anketirancev ni zadovoljnih zaradi slabega plačila za opravljeno delo. Menimo, da je morda pri tem razlog za nezadovoljstvo tudi nihanje cen med Mariborom in Ljubljano za enako delo. Nadalje je 50 % anketirancev nezadovoljnih zaradi slabe ponudbe del. Verjetno uporabniki pričakujejo večjo izbiro del, ki pa je zaradi splošne recesije v zadnjih letih zelo upadla, na kar Študentski servis, d.o.o., žal, nima vpliva. Kar visok delež – 15 % anketirancev, pa trdi, da so razlog njihovega nezadovoljstva slaba podjetja, ki ponujajo delo, a zanj zelo pozno nakažejo plačilo,
- Na vprašanje Kaj pogrešate pri delovanju Študentskega servisa? smo dobili naslednje odgovore: 15 % anketirancev trdi, da jih moti slaba ponudba del, 41 % anketirancev je odgovorilo, da jih moti zadrževanje denarja našega študentskega servisa, 8 % anketirancev je odgovorilo, da jim ne ustrezajo zaposleni svetovalci, ki opravljajo svoje delo z nezadovoljstvom, 30 % anketirancev je odgovorilo, da jih moti, da ne prejema vsak dan novih ponudb del, na e-naslov, 6 % anketirancev je odgovorilo, da jih motijo poslovalnice v centru mesta, kamor ni mogoče z avtom.
- Anketiranci so predlagali tudi izboljšave pri poslovanju Študentskega servisa, d.o.o.:
 - večina anketirancev si želi, da bi naš študentski servis uporabnike plačeval vnaprej, šele nato bi denar terjal od podjetja. Anketirance najbolj moti, da čakajo na zaslužen denar nekaj časa po nakazilu, ki ga je na naš študentski servis opravilo podjetje,
 - veliko anketirancev meni, da bi morali v Študentskem servisu, d.o.o. zaposlovati več ljudi, ki imajo veselje do dela in do mladih ter takšne, ki si vzamejo čas in poskušajo pomagati uporabnikom po najboljših močeh,
 - večina anketirancev tudi meni, da bi moral Študentski servis, d.o.o. preverjati delodajalce pred napotitvijo uporabnikov na delo. Predlagajo, da bi bili oglasi za delo, objavljeni na Študentskem servisu, d.o.o., šele po preverbi bonitete delodajalca in njegove zmožnosti plačila za opravljeno delo.

5 APLIKATIVNI DEL

V tem poglavju bomo opisali, kako vidimo poslovanje na področju posredovanja del v podjetju Študentski servis, d.o.o., v prihodnje. Predstavili bomo predvidene novosti v ponudbi, odnosih z uporabniki posredovanja del, v organizaciji in kakovosti poslovanja ter v kadrovski strukturi. V nadaljevanju bomo predstavili še poslovni načrt glede na predviden plan poslovanja podjetja za obdobje 2012–2015.

5.1 Predlog novosti v predmetu ponudbe

V podjetju Študentski servis, d.o.o. za naslednje srednjeročno obdobje do leta 2015 glede na trenutne razmere v gospodarstvu ne načrtujemo novosti v predmetu ponudbe. Ta bo ostala na ravni sedanje in bo tudi v prihodnje zajemala:

- posredovanje del,
- fotokopiranje,
- avtošolo,
- turizem.

Poudariti moramo, da nas pri uvajanju novosti v ponudbi podjetja omejujeta zakonodaja in koncesijska pogodba, ki nam ne dovoli širitve dejavnosti v tujino. Tako, je naš »skriti« cilj le morebitna širitev obstoječe dejavnosti na Gorenjsko regijo, ki za zdaj še ni pokrita z našimi poslovnimi enotami.

5.2 Predlog novosti v odnosih z uporabniki posredovanja del

V odnosih z uporabniki posredovanja del bo podjetje Študentski servis, d.o.o. tudi v prihodnje nadaljevalo zastavljeno strategijo, ki temelji na poštenosti, lojalnosti, ažurnosti in izvajanju zastavljenih ciljev. Podjetje v fazi gospodarske krize žal ne more sprejemati bistvenih novosti v odnosih z uporabniki posredovanja del, saj je sedanja situacija zelo negotova. Lahko pa odnose z uporabniki poglobljamo v smislu ohranjanja kvalitete izvajanja storitev in njenega nadgrajevanja.

Želeli bi predstaviti zastavljeno strategijo ohranjanja in pridobivanja novih podjetij, za katera posredujemo dela našim uporabnikom. Gre za določene ugodnosti, ki jih tem podjetjem ponujamo in jih želimo v prihodnje nadgrajevati:

- omogočanje brezplačnega oglaševanja podjetij v naših poslovnih enotah,
- izvajanje nagradnih iger za podjetja, ki nam ponudijo največ del,
- akontiranje izplačila zaslužkov uporabnikom Študentskega servisa, d.o.o.,
- podaljševanje roka plačila za opravljeno delo uporabnikov z 10 na 30 oziroma 60 dni.

Prav tako bi želeli nadgrajevati ugodnosti za uporabnike Študentskega servisa, d.o.o., ki jih v nadaljevanju predstavljamo:

- ponudba cenejših vstopnic za fitnes,
- ponudba cenejših smučarskih vozovnic,
- ponudba cenejših vstopnic za plavanje in savno,
- ponudba cenejših transakcijskih računov študentov, ki so člani Študentskega servisa, d.o.o. in nagrada za odprtje transakcijskega računa.

5.3 Predlog novosti v organizaciji in kakovosti poslovanja

Študentski servis, d.o.o. si je za obdobje do 2015 zastavil cilje, ki se nanašajo na izboljšanje kakovosti poslovanja v podjetju in zajemajo:

- posodabljanje informacijskih procesov v podjetju - modernizacijo tehnološke podpore,
- dvig kakovosti zaposlenih – izobraževanja in usposabljanja glede na naravo dela (seminarji, učne delavnice ...),
- motiviranje zaposlenih – večji poudarek druženju med zaposlenimi in ustvarjanju pozitivne delovne klime. Zaposlene želimo motivirati z »akcijami« iskanja najprijaznejšega zaposlenega po mnenju uporabnikov našega servisa in ga nagraditi z nematerialnimi nagradami.

Menimo, da bomo s tem dosegli izboljšanje kakovosti poslovanja in še večje zadovoljstvo med zaposlenimi. Vse naštetu bo doprineslo k še boljši delovni klimi in boljšim rezultatom poslovanja.

5.4 Predlog sprememb v kadrovski strukturi

V letih 2009 in 2010 je zaznati velik padec pri posredovanju začasnih in občasnih del dijakom in študentom. To pomeni, da imamo na voljo manjšo ponudbo del, s tem pa se zmanjšuje tudi naš dobiček. V letu 2011 smo zaradi nastale krize zaprli štiri poslovalnice. Podjetja, ki so v krizi, so odpuščala delavce, in to najpogosteje tiste, ki so delali preko študentskega servisa. Svojim redno zaposlenim pa so tako nalagala več dela. V primerjavi z letom 2008 ima Študentski servis Maribor za 40 % manj objav ponudbe del. Pri tem je povpraševanje dijakov in študentov po delu še vedno večje od ponudbe. Dejstvo pa je, da podjetja za svoja dela ne potrebujejo študenta oziroma dijaka v tako veliki meri kot nekdanj oziroma bolj obremenjujejo svoje zaposlene z dodatnimi zadolžitvami.

V skladu s trenutno situacijo in negotovostjo, ki nas čaka v prihodnje, za zdaj ne načrtujemo kadrovskih sprememb v srednjeročnem obdobju – do leta 2015.

5.5 Poslovni načrt za obdobje 2012–2015

V tem poglavju bomo pozornost posvetili bistvenim elementom poslovanja podjetja Študentski servis, d.o.o., ki se nanaša na: ponudbo, trženje, kadre, pogoje poslovanja, kritična tveganja in protiukrepe ter finančno projekcijo poslovanja do leta 2015.

5.5.1 Predmet ponudbe

Avtor Rebernik (1999, 121) trdi, da se ljudje odločajo za nakup določenega blaga ali izdelkov na podlagi maksimiranja lastne koristnosti. To pomeni, da se odločajo za nakup blaga oziroma storitev tam, kjer je to zanje najbolj ugodno in zanje to pomeni zadovoljitev njihovih potreb. Tudi v podjetju Študentski servis, d.o.o. smo ponudbo zastavili tako, da kar najbolj zadovolji potrebe naših uporabnikov, in to po zelo konkurenčnih cenah.

Osrednji predmet naše ponudbe je posredovanje začasnih in občasnih del dijakom in študentom in za ta predmet snujemo poslovni načrt za obdobje 2012–2015, pri čemer je prihodek od prodaje tega dela predmeta ponudbe realizirana napotnica, ki v bruto znesku

zajema izplačilo študentu in 12 % koncesijske dajatve, od česar je 4,5 % provizija za naše delo (prihodek našega podjetja).

5.5.2 *Trženje*

V podjetju Študentski servis, d.o.o. za naslednje srednjeročno obdobje do leta 2015 načrtujemo prodajo v sedanjih okvirih ponudbe, ki se nanaša na:

- posredovanje del,
- fotokopiranje,
- avtošolo,
- turizem.

V podjetju Študentski servis, d.o.o. smo naredili okvirno tržno raziskavo in analizo na področju posredovanja del, ki jo v nadaljevanju vključujemo v snovanje načrta trženja.

Analiza trga

Delovanje podjetja Študentski servis, d.o.o. je skladno z zakonskimi okviri, ki jih določa Pravilnik o pogojih za opravljanje dejavnosti agencij za zaposlovanje (Uradni list RS, št. 139/2006). Leto 2007 so zaznamovale zakonske spremembe, ki slabšajo položaj študentov na vseh področjih (reformiranje visokošolskega sistema, reformiranje socialnega in zdravstvenega položaja študentov in davčna reforma). Kljub vsem reformam in poskusom izboljšanja situacije tudi s predlaganim **Zakonom o malem delu** (v nadaljevanju ZMD) študenti še vedno pogrešajo predvsem ukrepe za reševanje problematike brezposelnih mladih diplomantov. To pomeni, da je študentsko delo še bolj potrebno za dosego študentskih ciljev, saj si le s študentskim delom lahko zagotovijo potrebna finančna sredstva in delovne izkušnje, ki so zaželeni pri zaposlovanju.

Veljati je začel novi **Pravilnik o pogojih za opravljanje dejavnosti agencij za zaposlovanje**, ki je prinesel kar nekaj novosti na področju študentskega dela v letu 2007. Ustanovljen je bil Javni sklad Republike Slovenije za razvoj kadrov in štipendije, ki se oblikuje na podlagi študentskega dela. Vanj se mesečno namenja 25 % obračunanih sredstev

iz koncesijske dajatve. Kljub temu pa so študenti še vedno omejeni pri pridobivanju štipendij. Ta pravilnik med drugim opredeljuje, komu smejo študentski servisi posredovati začasna in občasna dela. Ukinjeno je delo pavzerjev, ponovno pa smejo delati udeleženci izobraževanja odraslih. Novost je tudi elektronska napotnica, kar pomeni, da lahko servisi izdajajo napotnice tudi v elektronski obliki. To samo potrjuje vse večji porast elektronskega poslovanja.

Študenti tako vedno bolj iščejo delo in naročajo napotnice preko spleta. Vse bolj pa se je razširila uporaba elektronske aplikacije *KLIKSERVIS* tudi na strani delodajalcev, saj ti že v kar 40 % zaključujejo napotnice za opravljeno delo preko omenjene spletne aplikacije, kar pomeni zmanjšanje čakalnih vrst v poslovalnicah študentskih servisov.

Tudi novi **Zakon o dohodnini** (Uradni list RS, št. 13/2011; v nadaljevanju ZDoh-2-UPB7) je posegel na področje študentskega dela, saj tretji odstavek 113. člena tega zakona določa, da rezidentu, ki se izobražuje in ima status dijaka ali študenta, do dopolnjenega 26. leta starosti prizna zmanjšanje davčne osnove od dohodka za opravljeno začasno ali občasno delo na podlagi napotnice pooblaščenice organizacije ali Zavoda Republike Slovenije za zaposlovanje, ki opravlja dejavnost posredovanja dela dijakom in študentom, v skladu s predpisi s področja zaposlovanja, v znesku, ki je enak znesku splošne olajšave iz 111. člena zakona (v letu 2010 znaša 3.100,17 EUR). Navedena olajšava se prizna tudi osebi, ki izpolnjuje pogoje iz prejšnjega stavka in je starejša od 26 let, če se vpiše na študij do 26. leta starosti (v koledarskem letu, ko je dopolnila 26 let), in sicer za dodiplomski študij za dobo največ šest let od dneva vpisa in za podiplomski študij za največ štiri leta od dneva vpisa. Bistvena novost je, da ta olajšava ni več pogojena z višino doseženega dohodka. To pomeni, da je ta olajšava priznana vsem dijakom in študentom, ki izpolnjujejo pogoje, ne glede na višino njihovih letnih zaslužkov. Je pa res, da je olajšava znatno nižja od dosedanje, kar pomeni, da bodo morali študenti pri istem obsegu dela plačevati dohodnino.

Tržna gibanja študentskega dela

V letu 2010 je preko Študentskega servisa, d.o.o. prejelo nakazila 43.976 članov. Ti so delo opravljali pri 22.418 različnih delodajalcih. V letih od 2012 do 2015 načrtujemo večanje obsega aktivnih članov (tistih, ki bodo preko servisa prejeli nakazila), kakor tudi večanje števila delodajalcev, ki bodo uporabljali naše storitve.

Tržni segment uporabnikov in ciljne skupine kupcev in uporabnikov

Naši uporabniki so podjetja ponudniki del in naši člani (iskalci del), ki so lahko vse osebe s statusom dijaka (ko dopolnijo 15 let) ali študenta v Republiki Sloveniji, pa tudi osebe s statusom izobraževanja odraslih, vendar le mlajše od 26 let.

Tržni segment podjetja je trenutno razpršen po celotni Sloveniji, vendar nekaterih regij neposredno še ne pokrivamo – to želimo v prihodnosti spremeniti in se, s fizično prisotnostjo in s pomočjo spletne aplikacije, razširiti še na severozahod Slovenije.

Značilnosti trga

Trenutno je na slovenskem trgu kar nekaj agencij za posredovanje dela dijakom in študentom na podlagi napotnic, trg je zadnja leta preplavila množica majhnih in neizkušenih študentskih servisov ter kadrovskih agencij.

Lahko torej potrdimo, da je konkurenčnost ob poplavi majhnih in neizkušenih dokaj velika, saj na trgu še vedno prevladujejo večji in izkušeni študentski servisi, ki so naši ključni konkurenti.

Naša prednost pred omenjeno konkurenco je prav dodatni nabor storitev (fotokopiranje, vezava, avtošola, turizem), neposredno povezanih z interesi dijakov in študentov (naših članov).

Analiza uporabnikov

Naši uporabniki so na eni strani naši **člani**, ki se izobražujejo po javno veljavnih programih osnovnega, poklicnega, srednjega in višjega strokovnega izobraževanja in ki lahko opravljajo začasna in občasna dela preko študentskega servisa. V letu 2010 smo imeli 45.000 aktivnih članov.

Na drugi strani so naši uporabniki **podjetja** (komitenti oziroma delodajalci), ki sodelujejo z nami in so ponudniki del oziroma iskalci delovne sile za izvajanje začasnih in občnih del.

Naše podjetje je torej posrednik med iskalci in ponudniki začasnih in občasnih del, zato so s podjetniškega vidika člani naš »strošek«, podjetja pa »kupci« naših storitev. Tako je seštevek naših računov podjetjem naša bruto realizacija, ki je namenjena za neto izplačila članom, kritje naših stroškov in ustvarjanje naše dodane vrednosti obveznosti kakor tudi za davčne, socialne in koncesijske obveznosti. V letu 2010 je z nami aktivno sodelovalo 28.000 podjetij.

Med letoma 2012 in 2015 pričakujemo porast obeh skupin naših uporabnikov.

Načrt tržnih ciljev

V nadaljevanju predstavljamo načrt tržnih ciljev podjetja:

1. Želen tržni delež (v %)		2012 20 %	2013 23, 50 %	2014 25 %	2015 26,80 %	
2. Želeni ciljni tržni segmenti (v %)	- dijaki - študenti - izobraževanje odraslih	2012 30 %	2013 28 %	2014 29 %	2015 30 %	
3. Želene oblike prodaje storitev (v %)	- samostojna prodaja - neposredna - KLIKSEVIS	100 % 60 % 40 %	100 % 56 % 44 %	100 % 48 % 52 %	100 % 45 % 55 %	
4. Želene lokacije prodaje doma/ v Sloveniji	- Štajerska - Koroška - Prekmurje - Primorska - Osrednja SLO - Dolenjska - Gorenjska - Celjsko	2012 41,68 4,20 5,37 4,04 15,77 7,70 1,30 19,94	2013 40,02 3,03 6,23 4,90 16,38 7,80 1,40 19,34	2014 39,48 3,04 6,76 5,02 17,09 7,16 1,97 19,48	2015 37,12 3,06 6,53 5,13 18,56 7,61 2,01 19,98	v %
5. Želene lokacije prodaje v tujini	/					
6. Cenovna politika	- pokritje stroškov - konkurenčna cena (določena s koncesijsko pogodbo)					
7. Politika konkurenčnosti	- v e-poslovanju (KLIKSERVIS) - v referencah - v rokih plačil - v posebnih storitvah (akontacije-zalaganje zaslužkov)					

	• v široki mreži iskalcev in ponudnikov dela • prispevali bomo k modernizaciji in urejenosti naših poslovnih enot ter si tudi s tem povečali prednost pred konkurenco.
8. Politika reklamiranja	• ključno reklamno sporočilo: »Veselo na delo s Študentskim servisom Maribor« • ključni reklamni mediji: internet, oglasi v tiskanih medijih, radio, donacije, dotacije, sponzorstvo, reference ...
9. Politika javnega nastopanja	• javno oglaševalno nastopanje v medijih • sodelovanje na različnih prireditvah (sponzorstvo) • sodelovanje na sejmih zaposlovanja
10. Posebnosti v politiki trženja	• hiter reakcijski čas pri priskrbi delovne sile ponudniku • nudenje svetovanja s področja dohodnine • majhne pozornosti članom ob podaljšanju članstva, poslovnim partnerjem ob zaključku poslovnega leta • združevanje in nudenje več vrst storitev, neposredno povezanih z interesi dijakov in študentov

Tabela 8: Načrt tržnih ciljev podjetja

Vir: Lasten vir

Načrt tržne strategije

V nadaljevanju predstavljamo načrt tržne strategije za doseg zastavljenih tržnih ciljev:

Strategija izkoriščanja možnosti in prednosti ter premagovanja ovir in slabosti	• Kakovostne in strokovne storitve. • Takojšen odziv in upoštevanje želj naših strank (članov in podjetij). • Pridobivanje in ohranjanje števila aktivnih članov (dijakov, študentov) na eni strani ter temu primerno zadostno število ponudnikov del (podjetij) na drugi strani. • Nudnje 100% zalaganja zaslužkov (akontiranje). • Konstantno izobraževanje našega kadra, da bo znal strankam profesionalno svetovati in pomagati. • Hitro se bomo prilagajali trgu in nastalim situacijam ter razmeram na njem.
Strategija pridobivanja in ohranjanja kupcev	• Ključni dejavnik bodo reference – priporočila zadovoljnih strank. • Oglaševanje storitev (internet, drugi mediji). • Vedno bomo izpolnili obljubljeni (plačilni roki, akontiranje, zagotovitev želene delovne sile, dela).
Strategija konkurenčnosti	• Hitra odzivnost na potrebe članov in podjetij. • V e-poslovanju (KLIKSERVIS). • V posebnih storitvah (akontacije - zalaganje zaslužkov). • Kakovost storitev. • Strokovno podkovan kader z uspešnim odnosom do članov in podjetij.
Strategija vstopanja na trg, reklamiranja in promoviranja	• Reference – priporočila zadovoljnih strank (članov/podjetij). • Mediji: svetovni splet, radio, tisk. • Sponzorstva, dotacije, donacije.
Strategija rasti obsega trženja	• Obseg trženja bomo poskušali predvsem razširiti na SZ del Slovenije in okrepiti že obstoječega v osrednji Sloveniji (območje prestolnice Ljubljane). • Ustvariti, ohranjati in večati bazo zadovoljnih strank (članov in ponudnikov del - podjetij).
Strategija razvoja trženjske kulture	• Strokovnost zaposlenih in zaupanje članov in podjetij vanje. • Prilagajanje in hiter odziv na potrebe članov in podjetij ter konstantno vzdrževanje njihovega zadovoljstva.
Strategija post prodajnih aktivnosti	• Svetovanje s področja dohodnine (predvsem za člane). • Majhne pozornosti (v obliki praktičnih daril) članom ob podaljšanju članstva, poslovnim partnerjem ob zaključku poslovnega leta. • Nagradne igre za naše aktivne člane. • Brezobrestno akontiranje zaslužkov (za podjetje to ne pomeni stroška).

Tabela 9: Načrt tržne strategije

Vir: Lasten vir

Podjetniška kalkulacija

Avtorica Kodrinova (2008, 104) je mnenja, da zastavljena cenovna strategija in iz nje izhajajoča kalkulacija cen temeljita na treh stebrih: stroških podjetja, konkurenci in vrednosti za uporabnika. Medtem ko avtor Potočnik (2002, 224–225) meni, da je osnovni cilj podjetja ob določitvi prodajnega asortimenta opredelitev cene za izdelke oz. storitve, ki jih prodaja.

Avtor Franjo Šauperl v priročniku Podjetništvo določa, da je podjetniška kalkulacija namenjena izključno preizkusu, kolikšna je lahko za neki reprezentant ponudbe prodajna cena na osnovi udeležbe reprezentanta v strukturi prodaje, planirane količine reprezentanta, spremenljivih stroškov reprezentanta in ustreznega deleža prevaljenih stalnih stroškov ter želenega dobička za ta reprezentant.

V našem primeru je reprezentant realizirana napotnica, katerih načrtovana količina za leto 2012 je 408.676 in predstavljajo v strukturi prodaje 100 %, ker je v tem poslovnem načrtu to edini predmet ponudbe.

1. Stroški materiala in storitev (863.398 : 408.676)	= 2,11 EUR
2. Stroški dela (607.987 : 408.676 kom.)	= 1,48 EUR
3. Stroški poslovanja ((1.238.109 – 607.987) : 408.676)	= 1,54 EUR
4. Lastna cena (1 + 2)	= 5,13 EUR
5. Želen dobiček (30 %)	= 1,53EUR
6. Prodajna cena brez DDV (3 + 4)	= 6,66 EUR

Komentar: Izračunana cena po podjetniški kalkulaciji je v primerjavi s ceno na osnovi subvencije in obsega prodaje, ki zanaša (6.337.320 : 408.676) 15,51 EUR, bistveno nižja, kar kaže na večjo rezervo v stroških in v želenem dobičku.

Cenovna politika

Pogoj za posredovanje informacij o prostih delovnih mestih je le, da so osebe člani Študentskega servisa, d.o.o., prav tako jim za ponujeno storitev ni treba plačati. Drugače pa velja za podjetja, saj morajo na zaslužek študenta plačati koncesijsko dajatev, ki znaša 16,8 %.

Tabela 10 natančneje prikazuje kako poteka delitev omenjene koncesijske dajatve:

NETO	
+ 12 %	(koncesijska dajatev)
4,5 %	prejme Študentska organizacija Slovenije. S temi sredstvi financira Študentske organizacije Univerze (v Ljubljani, Mariboru in na Primorskem), študentske klube (člane Zveze ŠKIS) in lastno delovanje.
4,5 %	prejme Študentski servis
3 %	prejme Javni sklad RS za razvoj kadrov in štipendiranje
+ 2 %	(dodatna koncesijska dajatev)
+ 20 %	(2,8 % dobi država DDV samo na koncesijske dajatve -> 12 % + 2 %)
+ 4,46 €	(pavšalni prispevek za obvezno zdravstveno zavarovanje – prejme ZZZS)
= BRUTO	

Tabela 10: Delitev 16,8 % koncesijske dajatve

Vir: Koncesijska pogodba

Naša cenovna politika se torej ne razlikuje od cenovne politike konkurence, saj je cena storitev posredovanja občasnih in začasnih del dijakom in študentom v Sloveniji enotna, določena je s Koncesijsko pogodbo Ministrstva RS za delo, družino in socialne zadeve. Na ceno torej lahko vplivajo le novi zakonski okviri ali morebitna nova določila koncesijske pogodbe.

Cenik

Račun za opravljeno delo študenta ali dijaka sestavimo tako, da znesku na napotnici dodamo **12 % (koncesijska dajatev)** in **2 % (dodatna koncesijska dajatev)** ter **20 % davek na dodano vrednost**, vendar se obračuna le na koncesijsko dajatev in dodatno koncesijsko dajatev. Študentski servis, d.o.o. lahko za podjetja opravi postopek prijave in plačila pavšalnega prispevka za obvezno zdravstveno zavarovanje. V tem primeru na račun dodamo to postavko v vrednosti 4,46 € (pavšalni prispevek za obvezno zdravstveno zavarovanje).

Napoved prodaje oziroma posredovanja storitev

Osnove za napoved realistične prodaje - napovedi realistične prodaje (povečanja) bomo dosegli, če ZMD ne bo sprejet oziroma bo uspešno razpisan referendum. Za nas se bo ta pozitivno izšel, če večina volivcev glasuje proti ZMD.

Pogoji za pesimistično oz. optimistično napoved - pesimistično napoved bomo dosegli v primeru sprejetja ZMD, ki bo zmanjšal obseg števila dovoljenih oddelanih ur, zmanjšanje števila posredovanih storitev in zmanjšan odstotek pripadajočega dela koncesijske dajatve.

Če konkurenca ne bo zmogla akontiranja (zalaganja honorarjev), se lahko pri nas poveča število članov in podjetij, ki bi želela sodelovati z nami. Posledično lahko optimistično napovemo povečanje prometa.

Prodajni pogoji

S člani sklenemo Pogodbo o medsebojnem sodelovanju, pogodba pa je z naše strani izstavljena in od strani podjetja potrjena napotnica o opravljenem delu, na podlagi katere podjetju izstavimo račun.

Napoved prodaje

Tabela 11 prikazuje napoved predvidene prodaje po letih od 2012 do 2015.

PODJETJE	NAPOVED				
1. KOLIČINSKA NAPOVED posredovanja začasnih in občasnih del dijakom in študentom					
Vrsta	EM	2012	2013	2014	2015
Posredovanje začasnih in občasnih del dijakom in študentom	št. izdanih napotnic	392.740	436.102	481.249	499.623
	št. realiziranih napotnic	408.676	503.760	535.792	568.418
	št. aktivnih članov	47.000	48.150	50.000	51.327
2. VREDNOSTNA NAPOVED posredovanja začasnih in občasnih del dijakom in študentom					
(v EUR)					
Vrsta	Cena/EM	2012	2013	2014	2015
Posredovanje začasnih in občasnih del dijakom in študentom	provizija = 4,5 % od 12 % koncesijske dajatve	6.337.320	6.448.228	6.635.221	6.857.345
Skupaj realistična napoved		6.337.320	6.448.228	6.635.221	6.857.345
Skupaj pesimistična napoved		5.800.000	5.750.000	5.830.000	5.890.000
Skupaj optimistična napoved		6.500.000	6.750.000	7.000.000	7.250.000
Povp. mes. real. promet (= provizija)		528.110	537.352	552.935	571.445

Tabela 11: Napoved posredovanja začasnih in občasnih del dijakom in študentom

Vir: Lasten vir

Pri napovedi predvidene prodaje se pojavlja težava v tem, da cene na enoto ne moremo natančno izračunati, saj je cena vsake enote drugačna (ceno oz. znesek na napotnici zapiše podjetje) in ta bi lahko bila t. i. povprečna vrednost. Sicer pa pri izdaji napotnic študentom in dijakom velja še dodatna specifika, saj se posamezniku izda letno le ena napotnica, ki pa je lahko večkrat realizirana.

Nabavna politika

Reprodukcijskega materiala pri posredovanju del ni. Potrebujemo le režijski pisarniški material, ki ga naročamo sproti ali po potrebi in ga plačujemo po prejemu računu v dogovorjenem valutnem roku. Pri tem smo zelo ekonomični, saj si ne želimo povzročati dodatnih stroškov in nepotrebnih zalog.

Napotnice, prav tako po potrebi in sproti, naročamo pri podjetju KOTIS, MOČENIK Anton & Fanika, d.n.o., in jih plačamo po prejemu računu v dogovorjenem valutnem roku.

Drugi tržni dejavniki

Med druge tržne dejavnike lahko prištevamo:

- **reklamo in promocijo podjetja** - pri reklamah in promociji dajemo poseben poudarek temu, da bi naše sporočilo posredovali ciljnemu občinstvu. V čim večji meri bi poskušali prispevati k večji prepoznavnosti podjetja. Še naprej bi se pojavljali na različnih prireditvah (ŠKIS-ova tržnica, brucovanje, maratoni in podobno), prav tako bi ohranili način informiranja dijakov in študentov z deljenjem naših letakov in reklamnega materiala, obiskovali bi fakultete in srednje šole, še posebno v obdobju informativnih dnevov. Dobro bi bilo, da bi študentje, ki delajo v naših enotah, proti zaključku šolskega leta po mestu delili letake z vsemi našimi storitvami. Na razpolago imamo tudi avto, ki oglašuje Študentski servis, Don Travel in avtošolo. V Mariboru smo povezani z radijsko postajo Radio City in časopisom Večer, ki sproti oglašujeta aktualna dela. Za promocijo uporabljamo tudi majice, obeske, bloke, kemične svinčnike, mape, odeje, karte ... Prav tako ob zaključku leta izkažemo majhno pozornost našim najkomitentom. Seveda pa je najboljša reklama od ust do ust, zato se trudimo, da so člani z nami zadovoljni. Velik korak k večji prepoznavnosti smo naredili tudi z aplikacijo Klikservis, preko katere je mogoče tudi e-poslovanje. Internet je namreč način komunikacije med ljudmi, ki je dostopen 24 ur na dan, vse dni v letu, in z njegovo pomočjo si lahko pridobimo tudi nove člane. Povprečni strošek za reklamo (v EUR/leto) bo znašal za leto 2012 ca. 80.000 EUR, za leto 2013 ca. 70.000 EUR ter za leti 2014 in 2015 ca. 75.000 EUR.
- **design (oblikovanje privlačnosti ponudbe)** – izdelano imamo celotno grafično podobo podjetja (logotip, dopise, vizitke, spletno stran ...) po kateri smo prepoznavni že nekaj let. Naše zaščitne barve so rumena, rdeča in modra, zaščitni znak pa t. i. *duhec* kot ga prikazujemo v nadaljevanju.



Slika 2: Logotip *Duhec*

Vir: Interna dokumentacija podjetja

Drugi tržni vplivni dejavniki

Panoga je delno vezana na sezonska nihanja, če temu lahko tako rečemo. V bistvu je vezana predvsem na šolski in študijski koledar, saj se povpraševanje po delih izrazito poveča v času počitnic in bistveno zmanjša v času izpitnih obdobj in času semestra (predavanj). Na drugi strani se obseg ponudbe prostih del poveča predvsem v času letnih dopustov in praznikov (zaključek poslovnega ali koledarskega leta, čas inventur in podobno, poletni in zimski meseci – strežba na prostem ali v smučarskih središčih). Meseci z največ ustvarjenega prometa so tako julij, avgust in september z najmanj pa februar in maj.

5.5.3 Kadri

Avtor Šauperl (2009, 66) je zapisal, da je v vsakem podjetju na čelu vodstvena skupina ljudi, ki določa vizijo, poslanstvo, cilje, strategijo in dinamiko izvajanja podjetniškega poslovanja ter odloča o vsem pomembnem. Za vodstveno skupino je pomembno, da ima natančno razdeljene naloge, pristojnosti, pravice in odgovornosti in da je v načrtovanju in izvajanju zastavljenih nalog poenotena. Avtorica Ivanuša Bezjakova (2005, 23) navaja, da vsako podjetje tvori skupina ljudi, ki želi doseči skupne cilje, ki jih kot posamezniki ne bi mogli doseči. Da bi zastavljene cilje podjetja lažje dosegli, delujejo povezano in v okviru takšnih medsebojnih odnosov, ki jim prinašajo želeno tržno pozicijo. Avtorica Kodrinova (2008, 161) je mnenja, da je pomen zaposlenih v storitvenih organizacijah velik predvsem zaradi medsebojne interakcije z uporabniki v procesu izvajanja storitev. Storitveno podjetje bi moralo vnaprej zagotoviti usposobljene sodelavce in njihovo zaposlovanje skrbno dolgoročno načrtovati. Načrtovanje sodelavcev v storitvenem podjetju zajema predvidevanje potrebnega števila zaposlenih ter njihovo nenehno in sprotno strokovno izpopolnjevanje.

V nadaljevanju predstavljamo mikroorganizacijsko obliko podjetja Študentski servis, d.o.o.:

DIREKTOR				
RAZVOJ	TRŽENJE	FINANCE	KADRI	UČINKOVITOST

Tabela 12: Makroorganizacijska oblika podjetja

Vir: Lasten vir

Zaposleni v Študentskem servisu, d.o.o. morajo imeti najmanj IV. stopnjo izobrazbe, in 2 leti delovne dobe, da lahko pričnejo opravljati posamezne dejavnosti. Vsi zaposleni so se s pogodbo o zaposlitvi strinjali, da se bodo še dodatno izobraževali in opravljali tudi druga dela, npr. v turistični agenciji Don Travel. Z izobraževanjem zaposlenih želimo zagotoviti optimalno doseganje poslovnih rezultatov, kolikor je to v tem času sploh mogoče.

Vodilni kader

Direktor Študentskega servisa, d.o.o. je hkrati njegov manager, pri tem pa mu pomagajo vodje posameznih dejavnosti podjetja. Vodje posameznih dejavnosti opravljajo tudi raziskave trga in pridobivajo posel. Zastavljajo si cilje in snujejo odgovore na vprašanje, kako jih doseči. Prav temu je namenjena raziskava trga. Treba je poznati zahteve in potrebe sodelujočih v poslovnem procesu. Treba je ustvariti dobre poslovne odnose in pridobiti čim več povratnih informacij.

Vsi zaposleni se trudimo, da bi dosegli čim večjo tržno rast in da bi se v dani situaciji čim bolje znašli. Še naprej se bomo trudili za finančno stabilnost, poskušali bomo ohraniti široko paleto poslovnih partnerjev, predvsem z učinkovitim in prijaznim poslovanjem. Naši kadri so zainteresirani za delo in ni jim vseeno, kaj se dogaja. Vsak zaposleni ima tudi svoje naloge in funkcije, ob odsotnosti je zagotovljeno nadomeščanje, saj morajo biti vse naloge uspešno izpolnjene

Kadrovska projekcija

V nadaljevanju predstavljamo načrtovano kadrovsko projekcijo in z njo povezan načrt plač za obdobje 2012 –2015.

DELOVNO MESTO	STOPNJA IZOBRAZBE	NNP (=normalna neto plača) / mesec v €	DELEŽ V %, KI GA POKRIVA POSRED. DELA	2011		2012		2013		2014		2015	
					38		36		37		39		36
direktor	VI	1.970,00 €	80	1	1.576,00 €	1	1.576,00 €	1	1.576,00 €	1	1.576,00 €	1	1.576,00 €
izvršni direktor	VI	1.630,00 €	80	1	1.304,00 €	1	1.304,00 €	1	1.304,00 €	1	1.304,00 €	1	1.304,00 €
poslovna sekretarka	V oz. VI	840,00 €	80	1	672,00 €	1	672,00 €	1	672,00 €	1	672,00 €	1	672,00 €
računovodja	VI oz. VII	1.485,00 €	80	1	1.188,00 €	1	1.188,00 €	1	1.188,00 €	1	1.188,00 €	1	1.188,00 €
referent v računovodstvu	VI	880,00 €	80	2	1.408,00 €	2	1.408,00 €	2	1.408,00 €	2	1.408,00 €	2	1.408,00 €
kadrovska referentka	VI	890,00 €	80	1	712,00 €	1	712,00 €	1	712,00 €	1	712,00 €	1	712,00 €
pravnica	VII	1.290,00 €	80	1	1.032,00 €	1	1.032,00 €	1	1.032,00 €	1	1.032,00 €	1	1.032,00 €
referent za akontacije	VI	920,00 €	100	1	920,00 €	1	920,00 €	1	920,00 €	1	920,00 €	1	920,00 €
referent v fakturnem oddelku	VI	890,00 €	100	2	1.780,00 €	2	1.780,00 €	2	1.780,00 €	3	2.670,00 €	3	2.670,00 €
referent v marketingu	VI	880,00 €	80	1	704,00 €	1	704,00 €	1	704,00 €	2	1.408,00 €	1	704,00 €
promotorka	V	820,00 €	100	1	820,00 €	1	820,00 €	1	820,00 €	1	820,00 €	1	820,00 €
referenti za posredovanje del	VI	850,00 €	100	25	21.250,00 €	23	19.550,00 €	24	20.400,00 €	24	20.400,00 €	22	18.700,00 €
SKUPAJ NETO PLAČE MESEČNO ZA DEJAVNOST POSREDOVANJA DELA					33.366,00 €		31.666,00 €		32.516,00 €		34.110,00 €		31.706,00 €
SKUPAJ NETO PLAČE LETNO ZA DEJAVNOST POSREDOVANJA DELA					400.392,00 €		379.992,00 €		390.192,00 €		409.320,00 €		380.472,00 €
SKUPAJ BOD ZA DEJAVNOST POSREDOVANJA DELA					640.627,20 €		607.987,20 €		624.307,20 €		654.912,00 €		608.755,20 €
DAVKI IN PRISPEVKI NA BOD					101.859,72 €		96.669,96 €		99.264,84 €		104.131,01 €		96.792,08 €
Prehrana			3.591,00 €		43.092,00 €		44.452,80 €		48.484,80 €		55.036,80 €		53.524,80 €
Regres					39.900,00 €		40.320,00 €		42.328,00 €		46.800,00 €		43.200,00 €
Prevoz na delo			2.605,00 €		31.260,00 €		30.573,60 €		32.193,60 €		34.156,80 €		26.629,20 €

Tabela 13: Načrt stroškov dela

Vir: Letno poročilo za 2010 in lastna napoved za 2012-2015

Drugi kadrovski pogoji

Podjetje stremi k temu, da se zaposleni nenehno izobražujejo in strokovno izpopolnjujejo ter so seznanjeni z vsemi aktualnostmi svojega področja. Zaposleni se udeležujejo in se bodo tudi v prihodnjih letih do 2015 udeleževali seminarjev, tečajev in sejmov in tako še poglobljali svoje strokovno znanje, saj želimo s tem doseči boljšo učinkovitost.

5.5.4 Pogoji poslovanja

Pogoji poslovanja se nanašajo na naslednja področja, ki jih podjetje Študentski servis, d.o.o. mora zagotoviti za nemoteno izvajanje dejavnosti:

- **znanje** - zavedamo se, da je znanje treba nenehno nadgrajevati in poglobljati, kar je razlog, da so naši zaposleni deležni različnih izobraževanj, predvsem pa se jih udeležujejo na področju dohodnine,
- **poslovni prostori** - večina poslovnih prostorov je v lasti podjetja Študentski servis, d.o.o.. V najemu imamo le poslovne prostore dvanajstih poslovalnic. V naši lasti je torej več kot 50 % poslovnih prostorov, ki jih uporabljamo, hkrati pa ima podjetje v lasti kar nekaj nepremičnin (poslovni prostori, počitniške kapacitete, stanovanja), ki jih oddajamo. Vrednost najemnin, ki jih plačamo za najete poslovne prostore, znesse 15.710 EUR letno. Vrednost prejetih najemnin pa je 168.980 EUR letno. Vrednost prejetih najemnin se bo v prihajajočih letih povečala, saj trenutno ne oddajamo vseh razpoložljivih kapacitet, ki so še v teku oddaje. V prihodnjih letih bomo kar nekaj vlagali tudi v zgradbe, ki so v naši lasti, dokončali in obnovili bomo nekatera stanovanjske kapacitete in poslovne prostore. Vlaganja bodo sledeča: leta 2012 v vrednosti 780.546 EUR, leta 2013 v vrednosti 2.030.879 EUR, leta 2014 v vrednosti 1.890.457 EUR in 2015 v vrednosti 2.560.780 EUR.
- **oprema** – se nanaša na opremo poslovnih prostorov, ki je namenjena izvajanju dejavnosti in jo prikazujemo v naslednji tabeli in se nanaša na dejavnost posredovanja dela:

VRSTA OPREME	EM	ŠTEVILO	VREDNOST v €
Programska oprema	kos	90	1.331.303
Računalniki	kos	48	31.200
Tiskalniki	kos	41	10.865
GSM aparati	kos	30	3.600
Prenosniki	kos	4	3.360
Kopirni stroji	kos	18	81.000
Pisarniško pohištvo	kos	918	430.580
Osebnih avtomobili	kos	1	19.765
Skupaj vrednost obstoječe opreme:			1.911.673

Tabela 14: Osnovna sredstva, ki so v času poslovnega načrtovanja že na razpolago

Vir: Popisna dokumentacija, 2010

V nadaljevanju predstavljamo načrtovano nabavo opreme v naslednjih letih.

(vrednost v EUR)

VRSTA OPREME	EM	ŠTEVILO	CENA	VREDNOST	PLAN/ DATUM
Kopirni stroj	kos	1	10.602	10.602	2012
Računalnik	kos	4	660	2.644	2013
		2	660	1.320	2014
Tiskalnik	kos	1	203	203	2012
Skupaj vrednost načrtovane opreme:			12.125	14.769	

Tabela 15: Načrtovana oprema

Vir: Lasten vir

Podajamo še finančno konstrukcijo in vire na prihodnje naložbe po letih:

	2012	2013	2014	2015
Vlaganja v prostore	780.546	2.030.879	1.890.467	2.560.780
Oprema	10.805	2.644	1.320	-
Skupaj osnovna sredstva	791.351	2.033.523	1.891.787	2.560.780
Trajna obratna sredstva	-	-	-	-
SKUPAJ:	791.351	2.033.523	1.891.787	2.560.780
Finančna konstrukcija in viri za naložbe	2012	2013	2014	2015
Lastna sredstva	791.351	2.033.523	1.891.787	2.560.780
Tuji nepovratni viri	-	-	-	-
Tuji vračljivi viri	-	-	-	-
SKUPAJ VIRI	791.351	2.033.523	1.891.787	2.560.780

Tabela 16: Finančna konstrukcija in viri za naložbe

Vir: Lasten vir

Podjetje lahko po načrtih izkaza poslovnega izida ustvari v obdobju od 2011 do 2014 ca. 6,2 mio. EUR sredstev za reprodukcijo (amortizacija + čisti dobiček), skupna načrtovana vlaganja pa znašajo ca. 7,3 mio. EUR, kar omeni, da bodo lahko zadnje naložbe realizirane v letu 2015, ko se lahko razlika potrebnih sredstev v višini 1,08 mio. EUR pokrije iz sredstev reprodukcije, ustvarjene v letu 2015. Za usklajevanje načrtovanih vlaganj in ustvarjenih sredstev za reprodukcijo bodo morda potrebni časovni premiki med letoma 2012 do 2015.

Drugi pogoji poslovanja

Med druge konkurenčne prednosti podjetja Študentski servis, d.o.o. štejemo:

- **načrtovane konkurenčne prednosti** - naše ključne konkurenčne prednosti so: e-poslovanje (nadaljnji razvoj Klikservisa), reference, široka mreža iskalcev in ponudnikov del, prilagodljivi valutni rok (posameznim komitentom), 100% zalaganje zaslužkov (brez stroškov) ter modernizacija in urejenost naših poslovnih enot, ki bodo pripomogli k povečanju prednosti pred konkurenco,
- **ukrepi za zagotavljanje kakovosti** - kakovost bomo zagotovili z izobraževanjem, izpopolnjevanjem zaposlenih, ugodno klimo med sodelavci in na delovnem mestu, s spremljanjem zakonodaje in predpisov (predvsem na področju dohodnine),
- **ukrepi za odpravo sezonskih in drugih vplivov** - v času študentskega izpitnega obdobja bomo še bolj intenzivno skušali najti zadostno število naših članov za delo v podjetjih. Ustvarili si bomo baze iskalcev zaposlitve in tako hitreje zadovoljili potrebe članov in podjetij.

5.5.5 Kritična tveganja in protiukrepi

Avtor Šauperl (2009, 68) meni, da je za delovanje podjetja zelo pomembna skrb za odpravo morebitnih nevarnosti, ki podjetju grozijo. Vodstveni kader podjetja naj bi vnaprej predvideval možne nevarnosti in tveganja, v katera se podjetje podaja, ter pripravil akcijski načrt rešitev, ki bi podjetju pomagale iz morebitnih težav.

V ta namen smo tudi v podjetju Študentski servis, d.o.o. opredelili možna tveganja in protiukrepe za njihovo odpravo. Vemo namreč, da se pri opravljanju katerekoli gospodarske

dejavnosti srečujemo z različnimi vrstami tveganj in možnostjo, da se vse ne bo izteklo kot smo pričakovali ali si zamislili. Od vlagateljev in podjetja je odvisno, koliko so pripravljeni tvegati, eni sprejemajo le nizka tveganja, drugim so sprejemljiva tudi visoka. Podjetju Študentski servis, d.o.o. predstavljajo največje tveganje akontacije, saj zanje namenimo največ sredstev. Akontacije so visoko tveganje, v primeru, ko od delodajalca (podjetja, ki je najelo študente) ne prejmemo plačila za opravljeno študentsko delo, sami pa smo študentu honorar že izplačali v naše breme. Zatorej Študentski servis Maribor, da bi zmanjšal tveganje ob morebitnem neplačilu, skrbno preuči plačilno disciplino in boniteto podjetij, za katera študentom za opravljeno delo redno izplačuje akontacije. Srečujemo se tudi s tveganjem, da ne bomo posredovali toliko storitev in v tolikšnem obsegu, kot smo predvidevali, vendar je to tveganje mogoče nadzirati in odpraviti z rednim spremljanjem in mesečnimi analizami realiziranega prometa ter sprejemanjem ukrepov za povečanje realizacije v prihodnjem obdobju. Za doseganje dobrih poslovnih rezultatov uporabljamo različne ugodnosti za naše člane in podjetja. Še bolj učinkovito bomo promovirali aplikacijo Klikservis, ki omogoča opravljanje dela, kadarkoli želimo, torej 24 ur na dan. Najpomembnejša pa je dostopnost do informacij, ki je v tem načinu prav tako na razpolago 24 ur. Poleg tega imamo dolgoletne izkušnje in tradicijo, veliko poslovnih partnerjev in prijazno poslovanje. Še bolj bomo spremljali dogajanje na trgu in se mu poskušali čimbolj prilagajati.

Na področju posredovanja začasnih in občasnih del dijakom in študentom na trgu vlada izjemna konkurenca. **Tabela 17** prikazuje tveganja in ukrepe za njihovo odpravo.

TVEGANJE	KAKO GA BOMO REŠILI
Odpiranje novih poslovnih enot	Elektronsko poslovanje
Pridobitev koncesije za posamezno enoto	Upoštevanje pogojev, izobraževanje zaposlenih
Konkurenca	Akontiranje zaslužkov, reference, dostopnost ŠS Maribor, prijaznost ter učinkovitost zaposlenih
Sprememba davčne zakonodaje	Ažurno spremljanje le te ter hitra prilagodljivost
Zmanjšanje atraktivnosti trga delovne sile	Učinkovit program usmeritev

Tabela 17: Tveganja in ukrepi za njihovo odpravo

Vir: Lasten vir

5.5.6 Finančna projekcija

Izhodišča za finančno načrtovanje

Pri finančnem načrtu izhajamo iz:

- opredelitve, da v tem poslovnem načrtu obdelamo samo dejavnost posredovanja dela,
- za prihodke uporabimo realistično napoved provizije od posredovanja dela,
- med stroške uvrstimo stroške dela neposredno in posredno udeleženih v dejavnosti posredovanja dela in
- tudi stalne stroške načrtujemo samo za dejavnost posredovalnice dela.

S temi izhodišči se lotevamo izdelav programskih računalniških tabel pri predmetu podjetništvo na Akademii (v programu ekonomist 2009).

Načrt mesečnih in letnih stroškov

V nadaljevanju predstavljamo načrt stroškov poslovanja in finančnih odhodkov za leto 2012.

VRSTA STROŠKOV	MESEČNI ZNESEK	LETNI ZNESEK	OPOMBE
A. SPREMENLJIVI STROŠKI			
1. Nabavna vrednost materiala	6.300	75.600	
2. Nabavna vrednost blaga			
3. Stroški drugih storitev	64.360	772.320	
4. Spremenljivi del bruto plač			
5. Pogodbeno ali avtorsko delo			
6. Drugi spremenljivi stroški (str. zalog)	1.290	15.478	
Skupaj SPREMENLJIVI stroški	71.950	863.398	
B. STALNI STROŠKI			
1. Stalni del bruto plač	50.666	607.987	
2. Davki in prispevki na BOD	8.056	96.670	
3. Režijske tuje storitve	0	0	
4. Režijski material in DI	0	0	
5. Amortizacija	17.027	204.324	
6. Energija in PTT	8.096	97.152	
7. Najemnina	1.309	15.710	
8. Reklama	6.660	79.920	
9. Zavarovanje		21.000	letni strošek
10. Drugi stroški - v tem:	9.612	115.346	
1. Potni stroški	3.704	44.453	
2. Prehrana	3.360	40.320	
3. Regres	2.548	30.573	
4. Ostalo			
Skupaj STALNI stroški	101.426	1.238.109	
C. FINANČNI ODHODKI			
1. Finančni odhodki za obresti		166.641	plačujemo letno
2. Drugi finančni odhodki			
Skupaj FINANČNI ODHODKI	0	166.641	
SKUPNI STROŠKI IN ODHODKI	173.376	2.268.148	

Tabela 18: Načrt stroškov poslovanja in finančnih odhodkov

Vir: Lasten vir

Načrt izkaza poslovnega izida (računalniška tabela v poglavju 8.2)

Izkaz poslovnega izida, ki izkazuje razliko med prihodki in odhodki kot dobiček, je vse načrtovano obdobje pozitiven in kaže zelo ugoden čisti dobiček in s tem tudi sredstva za reprodukcijo, ki so nam potrebna kot lastna sredstva za naložbe v objekte in opremo.

Načrt kazalcev poslovanja

Poglavje 8.3 prikazuje **gospodarnost**, ki bo višja od 1 (podjetje bo poslovalo z dobičkom), in sicer bo v letu 2011 znašala 1,34, kar pomeni ustvarjanje 34% dobička (za 34% več je prihodkov kot odhodkov); v letu 2012 1,40, kar pomeni ustvarjanje 40% dobička; v letu 2013 1,34, kar pomeni ustvarjanje 34% dobička, v letu 2014 1,42, kar pomeni ustvarjanje 42% dobička, in v letu 2015 2,00, kar pomeni ustvarjanje nadpovprečnega 100% dobička.

Donosnost je izjemno dobra, saj znaša 25,26 v letu 2011 kar pomeni, da je na enoto prihodka ustvarjena 25,60% donosnost, v letu 2012 je ta 28,8 %, v letu 2013 je 25,59%, v letu 2014 29,43% in v letu 2015 49,88%.

Načrt izkaza denarnega toka (računalniška tabela v poglavju 8.4)

Načrt denarnega toka, ki prikazuje razliko med prilivi in odlivi, kaže vse načrtovano obdobje pozitiven rezultat in visoko stopnjo likvidnosti.

Načrt praga rentabilnosti

Poglavje 8.5 izkazuje, da bo v letu 2011 prag donosnosti ali točka preloma, ko se stalni stroški izenačijo s prihodki, dosežen pri 20,61% realizaciji načrtovane prodaje, v letu 2012 pri 19,03%, v letu 2013 pri 19,33%, v letu 2014 pri 16,27% in v letu 2015 pri 14,85%.

Načrt izkaza stanja (računalniška tabela v poglavju 8.6)

Načrt izkaza stanja prikazuje usklajenost sredstev podjetja in virov sredstev. Pozitivno je, da stalna sredstva bistveno presegajo gibljiva sredstva in da so med viri minimalni zneski dolgoročnih obveznosti iz naslova preteklih kreditov.

Komentar k finančnemu načrtu

Poslovni izid ali izkaz uspeha nam v 8.2 s prikazom prihodkov in odhodkov pove, kako bo podjetje poslovalo v določenem načrtovanem obdobju. Pove nam, ali je podjetje ustvarilo dobiček (pozitivna razlika med prihodki in odhodki) ali izgubo (negativna razlika med prihodki in odhodki). Naše podjetje bo poslovalo pozitivno vseh 5 let. V letu 2011 znaša dobiček 1,168.748,30 €, v letu 2012 zraste za 20,30 % v primerjavi z letom poprej in znaša 1,405.997,90 €, v letu 2013 upade za 9,70 %, v 2014 pa ponovno zraste za 18,30 % napram letu poprej in znaša 1,502.062,90 €, na kar se v letu 2015 ponovno dvigne za 75,00 % v primerjavi s prejšnjim letom in znaša 2,6281.438,10 €.

Poglavje 8.4 prikazuje, da **denarni tok** tvorijo prejemki (prilivi) in izdatki (odlivi) in vplivata na plačilno sposobnost podjetja. Izkaz denarnega toka v obliki zapiska izkazuje denar, ki je na voljo v določenem trenutku. Načrtovani izkaz denarnega toka našega podjetja v obdobju 2011-2015 izkazuje, da bo to v tem času likvidno.

V poglavju 8.6 najdemo **izkaz stanja ali bilanco stanja**, ki prikazuje uravnoteženost sredstev na eni strani in uravnoteženost virov sredstev na drugi strani (ena stran *tehtnice* mora biti enaka drugi strani – ključna je uravnoteženost). Uravnoteženost tega izkaza je bistvenega pomena za presojo bonitete podjetja.

5.6 Sistem kakovosti

Različni avtorji po mnenju Kodrinove (2008, 182) razumejo koncept kakovosti storitve različno. Nekateri opredeljujejo kakovost kot odličnost, vrednost, nekateri jo definirajo kot delovanje v skladu s specifikacijami ali kot natančno in pozorno upoštevanje zahtev uporabnikov. Avtorica meni, da je kakovost storitve eden največjih problemov, s katerimi se srečujejo storitvene organizacije, saj je osnovna značilnost storitve njena neotipljivost. Zaradi neotipljivosti storitve je pozornost uporabnika storitve pogosto usmerjena v bolj otipljive elemente storitvenega procesa, kot je storitvena organizacija, in na ljudi, s katerimi prihaja v stik.

Z navedenim mnenjem avtorice se zaposleni v podjetju Študentski servis, d.o.o. strinjamo, saj pri svojem delu opažamo, da so naši uporabniki še posebno pozorni na nas in naš odnos do njih. Pričakovanja naših uporabnikov se oblikujejo na podlagi njihovih izkušenj, ustnega

izročila in oglaševanja, ki ga v javnosti zasledijo. Velikokrat so prav navedeni dejavniki odločilni za izbor storitvenega podjetja. Zaradi tega, smo v Študentskem servisu, d.o.o. zlasti pozorni, da pri odnosih z uporabniki, dosežemo oziroma presežemo njihova pričakovanja.

To dosežemo na naslednje načine:

- izobraževanje zaposlenih v smislu odlične komunikacije in zadovoljevanja potreb uporabnikov,
- izobraževanje zaposlenih o novostih v zakonskih določilih.

5.7 Poslovni kodeks Študentskega servisa, d. o. o. Maribor

Vse zaposlene v podjetju Študentski servis, d.o.o. obvezuje interni poslovni kodeks, ki opredeljuje način obnašanja in postopke, v skladu s katerimi stopamo v poslovna razmerja.

Smo podjetje z jasno strategijo, da delamo v dobro uporabnikov – študentov kakor tudi podjetij, ki so naši poslovni partnerji.

Poslovni kodeks podjetja Študentski servis d.o.o. se nanaša na naslednja področja:

- pripadnost podjetju, ki se kaže v odgovornem delu vseh zaposlenih. Z vso odgovornostjo zaposleni uresničujemo vizijo podjetja in se čutimo odgovorni za doseganje rezultatov,
- varovanje ugleda podjetja – zaposleni ga varujemo z doslednim izpolnjevanjem poslanstva. Prednost dajemo dostojanstvu človeka in njegovi svobodni izbiri,
- spoštujemo načelo enakosti in enakopravnosti do naših uporabnikov, s tem sprejemamo različnost in drugačnost,
- zaupanje in poklicna skrivnost – nanašata se na podatke, dejstva in okoliščine, ki izhajajo iz poslovnega odnosa podjetja do njegovih uporabnikov,
- medsebojni odnosi v podjetju se gradijo na kulturnih temeljih, ki prispevajo k spodbujanju najboljšega v ljudeh. Sestavljeni so iz dobrih medsebojnih odnosov, ki ustvarjajo prijetno delovno razpoloženje, to pa zagotavlja doseganje zastavljenih ciljev podjetja. Delovno razpoloženje, ki ga ustvarjamo, temelji na moralnih vrednotah vseh zaposlenih. Spoštujemo medsebojno različnost stališč in sprejemamo strokovno utemeljene odločitve. Naši medsebojni odnosi so spoštljivi in korektni. Zaupanje med

zaposlenimi je osnova za uspešno delo in pogoj za doseganje zastavljenih ciljev podjetja,

- sporazumevanje z uporabniki naših storitev – sodelovanje ustvarjamo z dialogom, ki je pozitivno naravnan. Spoštujemo nasprotna stališča in skušamo najti najboljšo rešitev za uporabnika v skladu z delovanjem našega podjetja,
- reševanje konfliktov je za nas zaposlene zelo pomembno. Konflikte razumemo kot pozitivno izhodišče za izboljšanje trenutne situacije in jih jemljemo s pozitivne strani. Reševanja se lotimo s pozitivno naravnostjo. Konflikte zmeraj rešujemo v kontaktu z uporabnikom na osnovi argumentov. Težimo h kulturnemu in učinkovitemu reševanju vseh morebitnih konfliktov,
- strokovnost je osnova, na kateri se gradi zaupanje uporabnikov podjetja. Vsak zaposleni mora biti strokovnjak na svojem področju dela. Skrb za strokovno rast sodelavcev ni prepuščena naključju, temveč je rezultat skupnega načrtovanja in stalnega izobraževanja,
- komuniciranje z uporabniki temelji na spoštovanju sočloveka kot osebe. Sogovorniku pozorno prisluhnemo, da bi razumeli bistvo vsebine, ki nam jo želi posredovati. Sporočila, ki jih uporabniku posredujemo, so razumljiva, kratka in jedrnata. Iskreno in pošteno komuniciranje je naše zagotovilo za preprečevanje morebitnih nesporazumov.

5.8 Sklepne misli k aplikativnemu delu

V aplikativnem delu diplomske naloge smo predstavili plan delovanja podjetja po vseh segmentih. Zajeli smo realne okvire, v katerih želi podjetje delovati v sedanjih zelo negotovih gospodarskih razmerah, ki se kažejo že od leta 2009. Žal se v podjetju Študentski servis d.o.o. v predvidenem obdobju do leta 2015 ne bo dogajalo veliko novega. To lahko rečemo za ponudbo storitev, v odnosih z uporabniki posredovanja del, v organizaciji in kakovosti poslovanja ter v kadrovske strukturi. Gospodarske razmere na trgu in recesija v gospodarstvu sta namreč tudi našemu podjetju »odrezala krila« in širitev dejavnosti bi v teh časih bila zelo rizična, če ne celo nevarna. Podjetje mora glede na zmanjšano povpraševanje naročnikov del optimizirati dejavnost v takšen obseg, ki bo zadoščal pokrivanju fiksnih stroškov podjetja.

Tako bo delovanje našega podjetja v prihodnjem obdobju do leta 2015 temeljilo predvsem na izboljšanju »mehkih dejavnikov« delovanja, ki se nanašajo predvsem na:

- odpravo morebitnih ozkih grl v delovanju podjetja,
- povečanje aktivnosti trženja uveljavljene ponudbe med obstoječe in nove uporabnike,
- nadgradnjo kakovosti izvajanja storitev do uporabnikov in gradnjo dolgoročnega pozitivnega medsebojnega odnosa,
- iskanje vedno novih možnosti nagrajevanja naših uporabnikov storitev, kar bi njihovo lojalnost podjetju še povečalo,
- izboljševanje delovne klime med zaposlenimi in njihovo motiviranje z namenom večje produktivnosti in večanja zadovoljstva zaposlenih.

Vse naštetе aktivnosti bomo v času recesije v gospodarstvu, ki nam je zmanjšala obseg dela tudi do 40 %, izvajali zelo aktivno. Morda pa je prav zdaj primeren čas, da se zazremo vase in preverimo, kje lahko svoje morebitne »minuse« spremenimo v pluse. Žal v času gospodarske prosperitete nismo imeli možnosti spremeniti oziroma izboljšati lastnega delovanja. Zato menimo, da je sedaj pravi čas za spremembe tudi na tem področju. Menimo, da bomo tudi s slednjimi pridobili konkurenčno prednost pred drugimi študentskimi servisi, ki so na področju delovanja naša konkurenca.

6 ZAKLJUČNE MISLI O DIPLOMSKEM DELU IN ŠTUDIJU NA ACADEMII

Študij na Akademii je dal avtorici in kandidatki za diplomantko veliko novega znanja, ki ga bo v praksi lahko uporabljala pri svojem delu kakor tudi v življenju nasploh. Dal je tudi širino in vpogled na dogajanje v poslovni svet ter prikazal stvari z drugačnega zornega kota. Hvaležnost izraža predavateljem, ki so se trudili in usmerjali študente, da nova znanja povezali s prakso, in nam tako pokazali nove razsežnosti slednjih.

Z diplomsko nalogo, ki je pred vami, smo na podlagi pridobljenih novih znanj raziskali, kaj vpliva na zadovoljstvo uporabnikov Študentskega servisa, d.o.o.. Predstavili smo organiziranost in dejavnost podjetja Študentski servis, d. o. o., raziskali trg, na katerem delujemo, ugotovili, kakšno je zadovoljstvo naših uporabnikov in kako zaposleni vplivajo na izvajanje naše dejavnosti, ter določili kritična tveganja, probleme in protiukrepe. Prav tako smo preučili dejavnike uspešnosti poslovanja, morebitne ovire in prednosti ter konkurenčnosti. Predvsem pa smo z diplomsko nalogo želeli ugotoviti, kaj vpliva na zadovoljstvo uporabnikov naših storitev in kaj je tisto bistveno, da so uporabniki storitev zadovoljni in da se vedno znova vračajo v naš servis ter ga hkrati priporočajo svojim prijateljem. Na osnovi ugotovitev raziskave smo izdelali predlog izboljšav, ki nam bo v pomoč pri nadaljnjem delu. Obdelana sta še poslovni načrt za obdobje 2012–2015 in poslovni kodeks za praktično uporabo v obravnavanem podjetju.

Na ta način smo potrdili trditve, ki smo si jih ob zasnovi diplomske naloge zastavili.

Menimo, da smo z diplomsko nalogo uresničili zastavljene cilje in pridobili stališča naših uporabnikov, ki jih bomo upoštevali pri nadaljnjem delovanju. V letih, ki so pred nami, bomo izboljševali predvsem kakovost storitev, zato verjamemo, da bomo v prihodnje še boljše zapisani med našimi uporabniki. Delujemo namreč po načelu: ni tako dobro, da ne bi moglo biti še boljše.

7 UPORABLJENA LITERATURA IN VIRI

7.1 Literatura

1. Ivanuša Bezjak, M.: *Poslovođenje*, Academia, Višja strokovna šola, Maribor, 2005.
2. Kodrin, L.: *Trženje storitev*, Visoka komercialna šola, Celje, 2008.
3. Kotler, P.: *Marketing Management*, Slovenska knjiga, Ljubljana, 1996.
4. Kotler, P.: *Management trženja*, Slovenska knjiga, Ljubljana, 2004.
5. Kralj, M., Ivanuša Bezjak, M., Senčar, A.: *Kultura podjetja*, Academia, Višja strokovna šola, 2005.
6. Potočnik, V.: *Temelji trženja s primeri iz prakse*, Gospodarski vestnik, Ljubljana, 2002.
7. Snoj, B.: *Management storitev*, Visoka šola za management, Koper, 1998.
8. Šauperl, F.: *Programska oprema za izračun finančne priloge*, Academia, Višja strokovna šola, Maribor, 2009.
9. Šauperl, F.: *Podjetništvo*, Academia, Višja strokovna šola, Maribor, 2009.
10. Valcl, A., Šteblih, M., Kralj, M., Klemenčič, B.: *Trženje*, Academia, Višja strokovna šola, Maribor, 2006.

7.2 Viri

1. *Koncesijska pogodba oz. študentska koncesija* – Posredovanje začasnih in občasnih del dijakom in študentom, 2009.
2. *Letno poročilo podjetja Študentski servis, d.o.o. Maribor za poslovno leto 2010*.
3. *Pravilnik o pogojih za opravljanje dejavnosti agencij za zaposlovanje*, Uradni list RS, št. 139/2006.
4. Uradni list RS, št. 139/2006.

7.3 Internetni viri

1. <http://www.ss-mb.si/> dne 27. 11. 2011

8 PRILOGE

8.1 Anketni vprašalnik

ANKETNI VPRAŠALNIK

KAKŠNEGA SVETOVALCA V ŠTUDENTSKEM SERVISU SI ŽELITE IN KAKO OCENJUJETE KAKOVOST STORITEV NAŠEGA ŠTUDENTSEKGA SERVISA?

Spoštovani!

Moje ime je Natalija Simonič in zaključujem študij na Višji šoli ACADEMIA. Ob zaključku študija pripravljam diplomsko nalogo, v kateri želim raziskati vaše mnenje o tem, kakšnega svetovalca si želite v Študentskem servisu d.o.o. Maribor.

Ker mi je vaše mnenje zelo pomembno, vas prosim, da izpolnite predložen anketni vprašalnik, sestavljen izključno za potrebe moje diplomske naloge. Na ta način mi boste pomagali pri zaključku študija.

Zahvaljujem se za vašo prijaznost!

Spol:

Starost:

Izobrazba:

1 – moški

1 – do 20 let

1 – osnovna šola

2 - ženska

2 – do 21 do 30 let

2 – poklicna šola

3 – od 31 do 40 let

3 – srednja šola

4 – od 41 do 50 let

4 – višja šola

5 – nad 50 let

5 – visoka šola ali fakulteta

1. Ali je za vas pomembno, da je svetovalec v Študentskem servisu prijazen?

a) da

b) ne

2. Ali je za vas pomembno, da je svetovalec v Študentskem servisu ustrežljiv?

a) da

b) ne

3. Ali je za vas pomembno, da je svetovalec v Študentskem servisu ažuren?

a) da

b) ne

4. Ali je za vas pomembno, da je svetovalec v Študentskem servisu strokovno podkovan?

a) da

b) ne

5. Ali je za vas pomembno, da vam svetovalec v Študentskem servisu svetuje pri iskanju najboljše rešitve za vas?

a) da

b) ne

6. Ali je za vas pomembno, da je svetovalec v Študentskem servisu urejen?

a) da

b) ne

7. Ali je za vas pomembno, da vas svetovalec v Študentskem servisu seznani z novostmi v ponudbi Študentskega servisa?

a) da

b) ne

8. Ali je za vas pomembno, da si svetovalec v Študentskem servisu vzame čas za vas in vam prisluhne?

a) da

b) ne

9. Ali je za vas pomembno, da zaupate vašemu svetovalcu v Študentskem servisu?

a) da

b) ne

10. Zakaj ste izbrali Študentski servis, d.o.o.?

a) ponudba

b) odnosi

c) plačilo

d) drugo (opišite)

.....

11. Kako ste zadovoljni s storitvami posredovanja del?

a) zelo

b) delno

c) nikakor

12. Če ste pri vprašanju 10 odgovorili z b ali c, opišite razloge:

.....
.....
.....
.....

13. Kaj pogrešate pri delovanju Študentskega servisa, d.o.o.?

.....
.....
.....
.....

14. Kaj predlagate za izboljšanje poslovanja Študentskega servisa, d.o.o.?

.....
.....
.....

8.2 Načrt izkaza poslovnega izida

Tabela 2: NAČRT IZKAZA POSLOVNEGA IZIDA					
Postavka	v EUR				
	leto 2011	leto 2012	leto 2013	leto 2014	leto 2015
1. PRIHODKI	6.168.750,0	6.506.606,0	6.617.208,0	6.804.201,0	7.026.325,0
1.1. Prihodki od prodaje	5.980.320,0	6.337.626,0	6.448.228,0	6.635.221,0	6.857.345,0
1.2. Prihodki od financiranja					
1.3. Izredni prihodki	188.430,0	168.980,0	168.980,0	168.980,0	168.980,0
2. ODHODKI	4.610.418,9	4.631.942,2	4.924.184,4	4.801.450,4	3.521.740,9
2.1. Stroški začetnih zalog					
2.2. Stroški končnih zalog					
2.3. Stroški nakupa materiala	85.670,0	75.600,0	71.243,0	73.871,0	78.213,0
2.4. Nabavna vrednost blaga	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2.5. Stroški storitev	1.113.280,0	1.142.987,0	1.161.296,0	1.169.450,0	1.176.320,0
2.6. Amortizacija	201.300,0	198.236,0	204.324,0	233.753,0	6.518,0
2.7. Plače bruto	640.627,2	607.987,2	624.307,2	654.912,0	608.755,2
2.8. Davki in prispevki	101.859,7	96.670,0	99.264,8	104.131,0	96.792,1
2.9. Ostali stroški poslovanja	330.701,0	330.701,0	329.128,4	322.109,4	341.190,6
2.10. Odhodki od financiranja	166.641,0	166.641,0	166.641,0	166.641,0	166.641,0
2.11. Izredni odhodki	1.970.340,0	2.013.120,0	2.267.980,0	2.076.583,0	1.047.311,0
2.12. Pokritje izgube prejšnjih let					
3.DOBİČEK PRED OBDAVČENJEM	1.558.331,1	1.874.663,8	1.693.023,6	2.002.750,6	3.504.584,1
4. DAVEK OD DOBIČKA	389.582,8	468.666,0	423.255,9	500.687,6	876.146,0
5. ČISTI DOBIČEK	1.168.748,3	1.405.997,9	1.269.767,7	1.502.062,9	2.628.438,1
6. SREDSTVA ZA REPRODUKCIJO	1.370.048,3	1.604.233,9	1.474.091,7	1.735.815,9	2.634.956,1
(2.6 + 5)					

8.3 Načrt kazalcev poslovanja

Tabela 3: KAZALCI USPEŠNOSTI						
Kazalec	Enačba	leto 2011	leto 2012	leto 2013	leto 2014	leto 2015
	prihodki(1)					
GOSPODARNOST	-----	1,34	1,40	1,34	1,42	2,00
	odhodki(2)					
	dobitek(3)					
DONOSNOST PRIH.	----- x 100	25,26	28,81	25,59	29,43	49,88
	prihodki(1)					

8.4 Načrt izkaza denarnega toka

Tabela 4: NAČRT IZKAZA DENARNEGA TOKA

Postavka	v EUR				
	leto 2011	leto 2012	leto 2013	leto 2014	leto 2015
1. ZAČETNI ZNESEK GOTOVINE	261.180,0	1.875.076,0	4.412.292,9	5.837.287,4	7.446.199,3
2. VPLAČILA	6.149.300,0	6.506.606,0	6.617.208,0	6.804.201,0	7.026.325,0
2.1. Prejemki od prodaje	5.980.320,0	6.337.626,0	6.448.228,0	6.635.221,0	6.857.345,0
2.2. Prejemki izrednih prihodkov	168.980,0	168.980,0	168.980,0	168.980,0	168.980,0
2.3. Prejemki in financiranja					
2.4. Subvencije					
2.5. Druga vplačila					
3. IZPLAČILA	4.535.404,0	3.969.389,2	5.192.213,5	5.195.289,0	6.239.591,8
3.1. Nakup opreme	0,0	10.805,0	2.644,0	1.320,0	0,0
3.2. Vlaganja v zgradbe	1.460.254,0	780.546,0	2.030.879,0	1.890.457,0	2.560.780,0
3.3. Nakup materiala in blaga	85.670,0	75.600,0	71.243,0	73.871,0	78.213,0
3.4. Plačilo kooperacije in storitev	1.113.280,0	1.142.987,0	1.161.296,0	1.169.450,0	1.176.320,0
3.5. Plače in prispevki	640.627,2	607.987,2	624.307,2	654.912,0	608.755,2
3.6. Stroški poslovanja	330.701,0	336.852,0	326.343,4	342.763,4	356.916,6
3.7. Anuitete in obresti	515.289,0	545.946,0	552.245,0	561.828,0	582.461,0
3.8. Davek na dobiček	389.582,8	468.666,0	423.255,9	500.687,6	876.146,0
3.9. Druga izplačila					
4. KONČNI ZNESEK GOTOVINE	1.875.076,0	4.412.292,9	5.837.287,4	7.446.199,3	8.232.932,5

8.5 Načrt praga rentabilnosti

Tabela 5: PRAG RENTABILNOSTI

vrsta izračuna	enačba	leto 2011	leto 2012	leto 2013	leto 2014	leto 2015
	stalni stroški					
1. Količinski (v kom)	-----					
	pc/ep - ss/ep					
	stalni stroški					
2. Vrednosti (v %)	----- x 100	24,02	21,94	22,20	18,65	17,08
	prihod.-sprem.str.					
	stalni stroški					
3. Prag pokrivanja	----- x 100	20,61	19,03	19,33	16,27	14,85
	stalnih str. (v %) prihodki					

8.6 Načrt izkaza stanja

Tabela 6: NAČRT IZKAZA STANJA

					v EUR
	per. 31.12.	per. 31.12.	per. 31.12.	per. 31.12.	per. 31.12.
	2011	2012	2013	2014	2015
PREMOŽENJE (aktiva)					
A. STALNO PREMOŽENJE	4.679.701,0	5.088.944,0	6.525.857,0	6.434.499,0	6.702.875,0
1. Neopredmetena dolgoročna sredstva (patenti, licence, zagonski stroški)	237.383,0	237.383,0	237.383,0	237.383,0	237.383,0
2. Opredmetena osnovna sredstva (zemljišče, zgradbe, stroji, oprema)	1.911.673,0	1.922.478,0	1.925.122,0	1.926.442,0	1.926.442,0
3. Dolgoročne finančne naložbe (delnice, obveznice)	2.530.645,0	2.929.083,0	4.363.352,0	4.270.674,0	4.539.050,0
B. GIBLJIVO PREMOŽENJE	1.332.106,0	1.332.106,0	1.369.706,0	1.436.086,0	1.714.105,0
1. Zaloge (materiala, proizvodov, blaga)	15.713,0	15.713,0	15.987,0	16.451,0	17.001,0
2. Dolgoročne terjatve (dana posojila)	23.733,0	23.733,0	22.654,0	23.640,0	23.980,0
3. Kratkoročne terjatve (kupci)	1.200.640,0	1.200.640,0	1.239.045,0	1.303.975,0	1.581.104,0
4. Kratkoročne finančne naložbe	79.106,0	79.106,0	79.106,0	79.106,0	79.106,0
5. Denar in vrednostni papirji					
6. Aktivne časovne razmejitev	12.914,0	12.914,0	12.914,0	12.914,0	12.914,0
C. SKUPAJ PREMOŽENJE	6.011.807,0	6.421.050,0	7.895.563,0	7.870.585,0	8.416.980,0
D. ZUNAJ BILANČNO					
PREMOŽENJE (LEASING)					
VIRI PREMOŽENJA (pasiva)					
A. TRAJNI VIRI PREMOŽENJA	2.244.624,0	2.701.177,0	3.667.884,6	3.479.148,0	3.654.815,0
1. Osnovni kapital	177.629,0	177.629,0	177.629,0	177.629,0	177.629,0
2. Revalorizacijske rezerve	2.012.743,0	1.354.799,7	2.112.630,0	2.021.456,0	2.197.123,0
3. Nerazporejeni dobiček	54.252,0	1.168.748,3	1.377.625,6	1.280.063,0	1.280.063,0
B. DOLGOROČNE REZERVACIJE					
C. DOLGOROČNE OBVEZNOSTI	180.216,0	379.305,0	385.604,0	465.187,0	485.820,0
(dolgoročni krediti)					
D. KRATKOROČNE OBVEZNOSTI	1.866.297,5	1.693.098,0	1.993.827,4	2.048.262,0	2.185.689,0
(dobavitelji, predujmi, kratkoročni krediti)					
E. PASIVNE ČASOVNE RAZMEJITVE	1.720.669,5	1.647.470,0	1.848.247,0	1.877.988,0	2.090.656,0
F. SKUPAJ VIRI PREMOŽENJA	6.011.807,0	6.421.050,0	7.895.563,0	7.870.585,0	8.416.980,0
G. ZUNAJ BILANČNI VIRI PREMOŽENJA					